T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

AHISKA TÜRKLERİNİN YENİ MEDYA ARACILIĞI İLE SUNUMU: BİR KİMLİK ARAŞTIRMASI

DOKTORA TEZİ

Orhan FAİK

KOCAELİ 2020

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

AHISKA TÜRKLERİNİN YENİ MEDYA ARACILIĞI İLE SUNUMU: BİR KİMLİK ARAŞTIRMASI

DOKTORA TEZİ

Orhan FAİK

PROF. DR. NİGAR PÖSTEKİ

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No:
23.12.2020/28

KOCAELİ 2020

İÇİNDEKİLER

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. AHISKA TÜRKLERİNİN YENİ MEDYA KULLANIM OLANAKLARI VE YENİ MEDYADA TEMSİL BİÇİMLERİ

ÖZET

Ahıskalı Türkler 1944 yılında Ahıska bölgesinden sürgün olunana kadar Kafkasya'da yaşamış Türk soylu toplumlardandır. Anadolu ve Kafkaslar arasındaki koridorda 220'e yakın köyde yaşayan Ahıskalı Türkler 1944 sürgünü ile birlikte dünyanın farklı coğrafyalarına dağılmışlardır. Sovyetler Birliği tarafından gerçekleştirilen sürgün zamanı Özbekistan, Kazakistan ve Kırgızistan'a yerleştirilen Ahıskalı Türkler 1956 yılına kadar, on iki yıl sıkıyönetimle idare olunmuştur. 1991 yılında Sovyetlerin dağılması ile birlikte Türkiye de dâhil olmakla farklı dile ve kültüre sahip birçok ülkeye dağılarak, dokuz ülkede toplu bir şekilde olmakla hayatlarını sürdürmektedirler. Dünyada 4200'den fazla yerleşim yerinde Ahıskalı Türkleri görmek mümkündür.

Sürgün ve göçler Ahıskalı Türklerin kültürlerine de etki etmiştir. Yaşadıkları ülkelerin kültürlerine entegre eden toplum, sürgün bilincini de unutmamıştır. Sosyokültürel, kimlik yapıları incelendiğinde etnik kökenlerine bağlı bir toplum oldukları, sürgüne kadar yaşadıkları coğrafyanın özelliklerini halen taşıdıkları görülmektedir. Ahıskalı Türklerin kimlik inşası konusunda geleneksel medyanın imkânlarından yeterince yararlanamadıkları, sivil toplum kuruluşları vasıtasıyla bazı çalışmaları gerçekleştirdiklerini görmekteyiz. Bunun yanı sıra sinema ve kültürel çalışmaların da Ahıskalı Türkler tarafından kimliğin inşasında kullanıldığı tespit edilmiştir. Ahıskalılar tarafından takip edilen Facebook, Twitter ve Instagram sosyal medya sayfalarında günlük paylaşımlar araştırılmıştır. MAXQDA programı vasıtasıyla günlük elde edilen veriler analiz edilmiştir. Yapılan bu çalışma vasıtasıyla Ahıskalı Türklerin geleneklerini günümüze kadar sürdürdükleri, Türk ve Kafkaslı kimliklerini farklı coğrafyalara yayılmalarına rağmen yaşattıkları, yeni medyanın verdiği imkânlardan aktif bir şekilde yararlanmaya çalıştıkları ortaya çıkarılmıştır. Fakat Ahıskalı Türklerin sosyal medyanın sunduğu imkânlardan yeterince yararlanamadıkları sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ahıskalı Türkler, Yeni Medya, Kimlik

ABSTRACT

Ahiskan Turks are among the Turkish noble communities that lived in the Caucasus until they were exiled from the Ahiska Region in 1944. Ahiskan Turks, who lived in nearly 220 villages in the corridor between Anatolia and the Caucasus, were scattered in different geographical areas of the world after the exile in 1944. Ahiskan Turks, who were re-settled in Uzbekistan, Kazakhstan, and Kyrgyzstan after the exile caused by the Soviet Union, were governed by martial law for twelve years until 1956. With the dissolution of the Soviets in 1991, they continued their lives in a collective way in nine countries, and spread to many countries with different languages and cultures, including Turkey. It is possible to see Ahiskan Turks in more than 4200 settlements around the world.

Exiles and migrations also affected the culture of Ahiskan Turks. The community, which integrated itself into the cultures of the countries where they lived, has not forgotten the awareness of exile. When the sociocultural identity of this community is examined, it is seen that they are a society that are devoted to their ethnicity, and still carry the characteristics of the geographical area where they lived until the exile. We see that Ahiskan Turks have not benefited from the possibilities of traditional media in the construction of their identity at adequate levels, and have done some studies with non-governmental organizations. Also, it was determined that cinema and cultural studies were used by Ahiskan Turks in the construction of their identity. The daily posts in Facebook, Twitter and Instagram followed by Ahiskan Turks were investigated in the study. The data obtained daily with the MAXQDA Program were analyzed. With this study, it was revealed that Ahiskan Turks continued their traditions until our present day, kept their Turkish and Caucasian identities alive despite spreading to different geographical areas, and tried to actively benefit from the opportunities given by the new media. However, it was also understood that the Ahiskan Turks do not make sufficient use of the opportunities presented by the social media.

Keywords: Ahiskan Turks, New Media, Identity

TABLOLAR LİSTESİ

ŞEKİLLER LİSTESİ

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

ABD – Amerika Birleşik Devletleri

AGİT - Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı

AOL- America On Line

BM- Birleşmiş Milletler

CEO- İcra Kurulu Başkanı (İngilizce: Chief Executive Officer)

CIA- Merkezî İstihbarat Teşkilatı (İngilizce: Central İntelligence Agency)

DATÜB – Dünya Ahıska Türkleri Birliği

DHFS - Sağlık ve Aile Hizmetleri Daire Başkanlığı (İngilizce: Department of Health and Family Services)

GK- Gençlik Kolları

KGB - Devlet Güvenlik Komitesi (Rusça: Komitet Gosudarstvennoy Bezopasnosti (Комитет Государственной Безопасности))

KKTC- Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti

SKP- Sovyet Sosyalist Partisi

SSC- Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti

SSCB – Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

STK- Sivil Toplum Kuruluşu

TBMM - Türkiye Büyük Millet Meclisi

TDK- Türk Dil Kurumu

TÜBİTAK - Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

TÜİK - Türkiye İstatistik Kurumu

ÖNSÖZ

Ahıskalı Türkler günümüzde dünyanın 9 ülkesinde toplu olarak 4300'den fazla yaşam noktasında hayatlarını sürdürmektedirler. 1944 yılında Stalin tarafından Ahıska bölgesinden sürgün edilen Ahıskalıların nüfusu sürgün zamanı 100 bine yakınken, günümüzde sayıları bir milyona yaklaşmıştır. Sürgün sonrası Ahıskalı Türklerle ilgili yapılan akademik çalışmaların sonucu birçok ülke bu toplumu tanımıştır. Türkiye kamuoyu da Ahıskalıları yakından tanımış, uluslararası camiada Ahıska Türklerine yönelik pozitif ayrımcılık oluşturulmaya başlanmıştır.

"Ahıska Türklerinin Yeni Medya Aracılığı İle Sunumu: Bir Kimlik Araştırması" konulu doktora tez çalışmasında Ahıskalı Türkler üzerine kimlik ve yeni medya kullanımı konusunda inceleme gerçekleştirilmiştir. Gelişen dünyamızda kimlik konusunda cereyan eden gelişmeler ele alınmıştır. Farklı coğrafyalarda yaşayan Ahıskalı Türklerin kimlik konusunda gerçekleştirdikleri çalışmalar irdelenmiştir. Giderek geleneksel medyanın yerini tutan ve her geçen gün alanı daha da genişleyen yeni medyanın farklı toplumlar üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu incelemelerle Ahıskalı Türklerin yeni medya kullanım olanakları kıyaslanmıştır. Ahıskalıların kendi kimliklerini yeni medya vasıtasıyla nasıl daha etkili bir şekilde sunum yapabilecekleri konusunda fikirler öne sürülmüştür.

Çalışmanın hazırlanmasında öncelikle tez konumun seçiminde ve fikirlerin oluşturulmasında önümdeki ufkumu açan tez danışmanım Prof. Dr. Nigar Pösteki hocama ve Kocaeli Üniversitesi İletişim fakültesinin tüm öğretim üyelerine teşekkür ediyorum. Tezin araştırma ve yazım aşamasında ortaya çıkan tüm engellere karşı benimle birlikte göğüs geren ve her zaman arkamda olan annem Bahar Faik'e ve yanımda olan eşim Sevda Faik ve oğlum Cabbar Faik'e teşekkürü borç bilirim. Tez araştırması ile ilgili yaptığım çalışmalarda karşılaştığım sorunlara ışık saçan Atatürk Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. Yusuf Yurdigül, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi öğretim üyesi Doç. Dr. Mithat Durak, aynı üniversitenin öğretim üyesi Prof. Dr. Emre Şenol Durak, Bursa Uludağ Üniversitesi öğretim üyesi Minara Aliyeva, Kars Kafkas Üniversitesi öğretim üyesi Dr. İkram Çınar hocalarıma ayrıca teşekkür ediyorum. Ayrıca bu süreçte yanımda olan sınıf arkadaşlarıma, Dünya Ahıska Türkleri

Birliği ailesine ve Ahıskalı tüm akademisyen hocalarıma ve araştırdığım sayfaların yöneticilerine de verdikleri destekten dolayı teşekkürü borç bilirim.

Tez çalışmamı, 1994 Karabağ şehidi babam Cabbar Faigov'un ruhuna ve tüm Ahıskalı halkımıza adıyorum.

GİRİŞ

Ahıskalı Türklerin kimliği ile ilgili farklı araştırmalar yapılmıştır. Bir kısım araştırmacılar Ahıskalıların Kıpçaklar, Kuman Kıpçakları, Bun Türkler, diğer bir kısmı ise Gürcü veya Müslüman Gürcü olduğu görüşündedirler. Ahıska bölgesinde Ahıskalı Türklerin var olmalarının tarihçesi çok eskiye dayanmaktadır. Tarih araştırmalarında bölgedeki Türk varlığının milattan önceye dayandığı kaydedilmektedir. Eski Mısır ve Mezopotamya'da Meshler, Moshlar veya Mosohlar olarak bilindikleri de ileri sürülen fikirler içerisinde yer almaktadır. Ahıska bölgesinde Türkler başta olmak üzere Gürcüler, Kürtler, Acarlar burada yüzyıllar boyunca sorunsuz bir şekilde yaşayarak ihtilaflara yol vermemiştir. Ahıska kelimesi Dede Korkut destanında Ak Kala olarak geçmektedir. Evliya Çelebi ise Ahıska'yı tanımlarken Ak – Sıka, Akhıska gibi terimler kullanmıştır. Türkçede kullanılan tüm isimlendirmelerin manası Ak Kale (Beyaz Kale) anlamına gelmektedir. Gürcüler ise Yeni Kale anlamında Akhal Tsikhe olarak Ahıska'yı tanımlamaktadırlar. 1944 sürgünü zamanı bölgede yaşayan Türkler, Kürtler, Hemşinliler aynı kültüre ve etnik bilince sahip olduklarından dolayı ayırt edilmeden sürülmüştür. Ahıskalı Türkler küçük bir topluluk olmalarına rağmen günümüzde dünyanın 4300'den fazla bölgesinde yaşamaktadırlar.

1920`li yıllara kadar Ahıska bölgesi birkaç kez el değiştirmiş, sonradan Türkiye`nin sınırları dışında kalmıştır. Ahıskalı Türkler 1944 yılına kadar yaşadıkları Gürcistan`ın Ahıska bölgesinde milli kimlik tartışmaları dışındadır. Ahıskalı Türklerin Türkiye'ye gidiş gelişlerinde sorun yaşanmamıştır. Sovyetler Birliği kurulduktan sonra yeni yapılanmalar sonucu sınır ötesi geçişler yasaklanmıştır. Bu yasağa rağmen Ahıskalılar 1944 yılına kadar yasa dışı olsa da Türkiye'ye geçmeye çalışmışlardır. Türk toplumunun yaşadığı bu topraklar ve Ahıskalı Türkler sürgün sonrasında hem Türkiye`nin, hem de kimlik araştırmacılarının dikkatinden uzakta kalmış ve araştırmalarında yer almamıştır. 1989 yılında Özbekistan'ın Fergana vadisinde Özbekler ile Ahıskalı Türkler arasında çıkan anlaşmazlık büyüyerek katliama dönüşmüştür. Yüzlerce Ahıskalı katledilmiş, binlerce insan evlerinden çıkmak zorunda bırakılmışlardır.

Sovyetlerin son dönemlerine denk gelen bu olaylar hem dünya basınının, hem de Türk medyasının ilgisini çekmiştir. Ahıska Türklerinin kökeni, dili, dini ve kısacası

kimlikleri hakkında araştırmalara yer verilmeye başlanmıştır. Fakat günümüze kadar bu Türkler ile ilgili yapılan araştırmalar yetersiz kalmıştır. Sürgüne kadar bölgede Türkler, Kürtler ve Hemşinler birlikte yaşamış, hepsi *Ahıskalılık* kimliğini sahiplenmişlerdir. Ahıska bölgesini sadece Türk kimliği bağlamında araştırmak yanlıştır. Burada Ahıskalı Kürtler, hem de Ahıskalı Hemşinler araştırılmalıdır. Türk nüfusunun çoğunlukta olmasına rağmen Ahıska'nın birkaç köyünde Hemşin veya Kürtler yoğunluk oluşturmuşlardır.

İkinci bir sorun ise, Ahıskalı Türklerine geleneksel medyada yeterince yer verilmemesidir. Gazeteler üzerinde yapılan araştırmalarda Ahıskalı Türklerine çoğunlukla tarih ve coğrafya konularında yer verildiği, kültür ve kimlikleri ile ilgili gereken araştırmaların yapılmadığı tespit edilmiştir. Bugüne kadar Ahıskalı Türklerin geleneksel medya dışında internet siteleri ve sosyal medya sayfalarında yaptıkları paylaşımlarla ilgili araştırmalara rastlanmamıştır. 1989 yılında Fergana'da ortaya çıkan katliamlarla ilgili sadece geleneksel medyada araştırmalar yapılmıştır. Genel olarak Ahıskalı Türklerin sosyal medya ve internet sitelerinde kimlik temsilleri ile ilgili araştırmaların yapılmadığı ortaya çıkmıştır.

Sosyal medya araçları yeni medya olarak Ahıskalı Türkler için önemli iletişim araçlarıdır. Ancak bu konuda yapılmış bir araştırmaya bugüne kadar rastlanmamıştır. Günümüzde dünyanın 4300'den fazla bölgesinde yaşayan Ahıskalı Türkler sosyal medyayı kullanarak birbirleri ile sıkı iletişim kurmaktadırlar. Sosyal medya sayfalarında yaptıkları paylaşımlarla bilgi alışverişinde bulunmaktadırlar. Ahıskalıların hangi ölçüde iletişim ağlarını kullandıkları, hangi sosyal medya sayfalarından daha çok yararlandıkları, kendilerini bu iletişim ağlarında nasıl ifade edebildikleri, hangi yaş ve cinsiyete göre takiplerin olduğu, hangi ülke ve şehirlerde takipçilerin daha fazla olduğu ile ilgili araştırmalar kısıtlıdır.

Ahıskalı Türklerin yeni medya aracılığı ile dini, milli, politik, kültürel bakışının, sosyal, aidiyet duygusu açısından ve haberleşme aracı olarak yeni medyayı kullanımı ile ilgili detaylı araştırmanın yapılmadığı görülmektedir. Yeni medyanın sunduğu olanakların Ahıskalı Türklere nasıl etki ettiği ve bu etkilerin kültürel bakış açılarını değiştirebilmesi ile ilgili bilgiler elimizde bulunmamaktadır. Bu da yeni medyanın Ahıskalı Türklerin kimlik yapılarını, toplum kimliklerini değiştirip değiştirmediği konusunda araştırmalar yapılmasını ihtiyaç haline getirmiştir.

Ahıskalı Türkler yeni medyanın verdiği imkânlardan yararlanarak sosyal topluluklar oluşturmaya başlamışlardır. Bu topluluklar her gün giderek genişlemekte ve etrafına yeni sosyal medya kullanıcıları toplamaktadır. Sosyalleşme bir taraftan insanlar arasındaki fiziksel mesafeleri kısaltsa da, bu durum Ahıskalılar için alışıldık bir durum değildir. Daha çok fiziksel iletişim eğiliminde olan ve gerçek topluluklar oluşturan Ahıskalı Türklerin sosyal topluluklar oluşturması sonucunda kültür ve kimliklerinde neleri geliştirecekleri, neleri kaybedecekleri bilinmemektedir. Ahıskalı Türklerin yeni medyayı nasıl kullanması gerektiği ve yeni medyanın pozitif etkilerinden nasıl yararlanabilecekleri konusunda henüz net bir bilimsel araştırma ortaya konulmamıştır. Yapılacak araştırma ile bu sorunun çözümü konusunda fikirler yürütülerek, toplum yararı için elle tutulur öneriler ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Fransız devriminden sonra oluşan ulusal kimlik düşüncesi birçok modern düşünce gibi devrim döneminden sonra ortaya çıkmıştır. Ulusal kimlik burjuvazinin önemli politik çıkarlarından biri haline gelmiştir. Bu dönemde halk kavramı açıklığa kavuşturulmaya çalışılmış, belli bir doğal sınırlar içerisinde birleşerek yaşayan halkın sonradan belirlenen coğrafi sınırları da çizilmiştir. Tarihsel birlikteliği belli coğrafya içerisinde bulunan halk kitlesine daha sonradan ulus adı verilmiştir. Devlet ulusun birleşmesi için ortak dil ve kültürü kullanarak ulus kavramı çerçevesinde politik birliktelik sağlamıştır. Fakat bazı uluslar devletleşememiş veya devlet oluşturulduktan kısa süre sonra büyük devletler tarafından dağıtılmış, yutulmuştur. Bunlardan biri de Ahıska Türkleri olmuştur. 20.yüzyılın başlarında Kafkaslarda kurulan devletler gibi mikro devlet olma yolunda adımlar atılsa da, kısa süre içerisinde Ruslar tarafından devletleşme planları çökertilmiş ve Gürcistan ile birleştirilmiştir. Osmanlının bu dönemde güçsüz olması da bu birleştirilmenin en büyük etkilerden biri olmuştur.

Çalışmada ulus olma evresinden devletleşmeye giden yolda büyük güçler tarafından bozguna uğratılmış, daha sonra sürgüne gönderilerek dört kez farklı ülkelere göç ettirilmiş Ahıskalı Türklerin kimlik olguları araştırılacaktır. Kafkasların bir bölgesinden çıkarıldıktan sonra dokuz farklı ülkede toplu olarak yaşayan Ahıskalı Türklerin kendi kimliklerini yeni medyada nasıl sundukları ile ilgili bilgi sahibi olunacaktır. Derinlemesine bir araştırma yapılarak ortaya konulan başlıklar altında günlük takipler gerçekleştirilecek ve Ahıskalı Türklerin kendilerini yeni medyada nasıl sunduklarına dair net bilgiler elde edilecektir.

Günümüzde Ahıskalı Türklerle ilgili devlet projeleri devam ederken, bir taraftan da vatandaşlık hakları verilmekte, diğer taraftan Ukrayna`dan göç ettirilerek Türkiye`nin farklı illerinde iskân ettirilmektedirler. Ahıskalı Türklerin toplum kimliğinde hangi değişiklerin oluştuğu, farklı kültürlerin ne gibi katkıları olduğu veya kültürel kimliklerine negatif etki yapıp yapmadığı gibi bu tür birçok bilgilerin elde edilmesi amaçlanmıştır. Bilimsel olarak elde edilecek bu bilgiler hem devletin gelecek projelerine etki edebilecek, hem de Ahıskalı Türkler üzerinde inceleme yapan araştırmacılar için elde tutulur kaynak haline gelecektir. Bununla birlikte, Ahıskalı Türklerin kendilerini kitle iletişim araçlarında nasıl sunduğu, kitle iletişim araçlarının Ahıskalı Türkleri nasıl etkilediği gibi birçok soru tezin araştırma konuları içerisinde yerini almaktadır. Medyatik bakış açısı, farklı bir pencereden Ahıskalı Türklere yaklaşım olarak yine araştırmacılar için yeni konuların ortaya çıkmasına sebep olabilecektir.

Tez araştırması ile Ahıskalı Türklerle ilgili birkaç istikamette yeni bilgiler elde edilmiş olacaktır. Kısaca özetlemek gerekirse, öncelikle Ahıskalı Türklerin diğer toplum kimlikleri ile kıyaslaması yapılacak. Yapılacak kıyaslama ile Ahıskalıların toplum bilinçlerindeki farklılıklar ortaya çıkarılmış olacak, yani, diğer toplumlardan farklı olarak Ahıskalıların hangi özelliklere sahip oldukları vurgulanacaktır. Bununla birlikte Ahıska Türklerinin yeni medya öncesi geleneksel medyada sunumları ile ilgili bilgiler verilecektir. Ahıskalı Türklerin geleneksel medyada ne zaman ve nasıl sunuldukları ile ilgili elde edilen bilgiler aktarılacaktır. Daha sonra ise Ahıskalı Türklerin yeni medyayı kullanım olanaklarına bakılacaktır. Yeni medya ve Ahıskalı Türklerin bu medyanın verdiği olanaklarla tanışma süreçleri elde edilecektir. Son bölümde ise Ahıskalı Türkleri hakkında verilen araştırma başlıkları çerçevesinde yeni medya araştırması yapılacaktır. Sayfalar günlük takip edilerek, birkaç başlık altında incelemeler gerçekleştirilecek ve bu elde edilen bilgilerin sonucunda sonuç bilgileri araştırma bulgularına eklenecektir. Yapılacak araştırmada paylaşımların başlıkları ele alınarak inceleme gerçekleştirilecektir. Fakat sayfalardaki paylaşımların yorum ve beğenileri incelemeye alınmayacaktır. Sayfaların sayısını ve içeriklerinde gerçekleştirilecek araştırma başlıklarını dikkate aldığımız zaman, daha derin detaya inmek hedeften fazla uzaklaşmaya neden olabilir. Yorum ve beğenilerin incelenmesi farklı bir çalışmanın konusu olarak

araştırılabilir. Yapılan araştırma aşağıdaki başlıklar ele alınarak gerçekleştirilecektir.

- Ahıskalı Türklerin diğer toplumlarla kimlik kıyaslamasının yapılması,
- Ahıskalıların kültür, coğrafya ve tarihine dokunulması,
- Geleneksel medya kullanım olanaklarının ve tarihlerinin araştırılması,
- Yeni medya ve Ahıskalı Türkler bağlamında inceleme yapılması,
- Birkaç başlık altında Ahıskalıların yeni medyayı kullanım olanakları ve bu başlıklar çerçevesinde elde edilen yeni bilgilerin araştırılması planlanmaktadır.

Tüm bu başlıklar çerçevesinde Ahıskalı Türkler hakkında yeni bilgilerin bilime kazandırılması hedeflenmektedir.

Ahıskalı Türkler 1989 yılında Özbekistan`ın Fergana vadisinde ortaya çıkan olaylardan sonra farklı ülkelere göç etmek zorunda kalmışlardır. Bu olayın ardından 1991 yılında Sovyetler Birliği dağılmış, Ahıskalıların Türkiye yolu da açılmıştır. Türk soylu devletlerin birbiri ile gidiş geliş yasağı kaldırılmıştır. Ahıskalı Türkler bu sınırların açılması ile yeniden Türkiye ile iletişim kurmaya, sürgünden önce Türkiye'ye geçen akrabalarını bulmaya başlamışlardır. Göçler sonucu Ahıskalılar farklı ülkelerde eğitim almış, nüfusun büyük kısmı ise, Kiril alfabesi kullanmıştır.

Sovyetler dönemi ve sonrasında Türkiye`de de yapılan araştırmalara baktığımızda Ahıskalı Türklerin daha çok tarihi ve coğrafyası ile ilgili incelemeler gerçekleştirildiği görülmüştür. Ahıskalı Türklerin kültürel araştırmalarında ise genellikle gelenek ve dini inançları esas alınmış, araştırmalar bu yönde yoğunlaştırılmıştır. Günümüzde de aynı konular etrafında daha detaylı araştırmalar ve incelemeler devam etmektedir. Fakat Ahıskalı Türklerin neden farklı ülkelerde dağınık yaşamalarına rağmen Türk kimliğini kaybetmedikleri, onları birleştiren değerlerin neler olduğu ve kültürel belleklerinde nelerin korunduğunu ortaya koyan detaylı araştırmalara rastlanmamaktadır. Yapılacak tez araştırmasında tüm bu konulara değinilerek Ahıskalı Türklerin ulusal kimliklerini koruyabilmelerindeki temel etmenler, onları birleştiren değerler ve kültürel belleklerinde nelerin korunduğu ile ilgili soruların yanıtları ortaya çıkarılmış olacaktır.

Araştırmada yeni medyanın Ahıskalı Türkler tarafından nasıl kullanıldığı, halkın kendini ifade vasıtası olarak kitle iletişim araçlarını seçerken nelere dikkat ettiği ile ilgili bilgilere yer verilecektir. Sosyal medyada hangi paylaşımlar ile Ahıskalı Türklerin kendilerini ifade etmek istedikleri başlıklar çerçevesinde incelenecektir.

Kavramsal olarak Ahıskalı Türklerin kendi kimliklerinin sunumu ile yeni medyada genel kimlik sunumları arasında hangi farklılıkların olduğu ve yeni medyaya toplumun güveni durumu araştırılacaktır. Bununla birlikte, sosyal medyanın Ahıskalı Türkleri ne kadar gündemde tuttuğu, hangi yönleri ile Ahıskalı Türkleri yansıttığı ve sosyal toplulukların kurulması gibi konular tezin amaçlarından biri olarak incelenecektir.

Çalışmada Ahıskalı Türklerin kimlik edinme süreçlerinde geçtiği yollar, kimlik ve medya ilişkileri ile ilgili konularda inceleme yapılacaktır. Kitle iletişim araçlarında kullanılan ifadelerin kimliğe etkileri de araştırılarak teze dâhil edilecektir.

Tezin kuramsal kısmında farklı kuramcıların fikirlerinden yararlanılacaktır. Kuramcılar içerisinde Amin Maalouf`un "Ölümcül Kimlikler" kitabı da incelenecektir. Maalouf'un "Ölümcül Kimlikler" kitabında belirttiği; "*Aynı insana yirmi yıl sonra aynı yerde rastlasak, acaba kendini nasıl tanımlardı? Aidiyetlerinden hangisini en başa koyardı? Avrupalı mı? Müslüman mı? Boşnak mı? Başka bir şey mi? Belki de Balkan mı?*"- sorusunu Ahıska Türklerine yöneltirsek alınacak yanıt ilgi uyandırmaktadır. Bu soru karşısında Ahıska Türkleri konusunda hangi sonucun elde edileceği ile ilgili yanıtı *Ölümcül Kimlikler* eserini incelerken düşünme fırsatı elde etmek mümkündür. Amin Maalouf'un eseri incelendikten sonra eski Sovyetler coğrafyasında ve Türkiye`de bu sorunun yanıtının yirmi veya kırk yıl sonra da aynı olabileceği düşünülmektedir. Bu da *Ahıskalı Türk* cevabı olacaktır. Fakat Ahıskalı Türklerle ilgili bu sorunun yanıtını diğer bir coğrafyada, yani Amerika`da ararsak Maalouf`un da ifade ettiği gibi farklı bir cevap alabiliriz. Amerika'da yaşayan Ahıskalıların kısa sürede kimlik kaybı yaşaması öngörülebilir. Yirmi veya kırk yıl sonra Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayan Ahıskalı Türklerin ulusal kimlik belirteci olan *Ahıskalı* kelimesini kullanıp kullanmayacağı soru olarak kalmaktadır. Ahıskalı Türklerde seçilemeyen Türklük ve seçilen Müslümanlık kimliğinin gelecekte ne kadar yaşatılacağı soru işareti doğurmaktadır. Devleti veya bayrağı olmayan bir topluluğun geleceği tarihçiler için ilgi doğuran mesele olmuştur. Bu toplulukların gelecekleri ile ilgili fikirler Amin Maalouf'un kuşkucu yaklaşımında detaylı bir şekilde anlatılmaktadır.

Türkiye eskiden beri göçlerin yaşandığı bir ülkedir. Zamanla buraya gelen ve giden uluslar, topluluklar burayı kendilerine vatan olarak kabul etmişlerdir. İkinci dünya savaşı sırasında Almanya`nın dünyayı yeniden paylaşmak için geliştirdiği formüller birçok insanın Avrupa`nın farklı ülkelerinden Türkiye`ye göç etmesine

neden olmuştur. Kemal Yalçın yazdığı eserinde o dönemin Türkiye`sine göç etmiş Yahudi ve Almanlar hakkında bahsederken şunları belirtmiştir: "*Kim derdi, yüzlerce Alman bilim insanın, çalışkan, dürüst, devrimci, antifaşist Alman canlarını kurtarmak için 1930`ların yoksul Türkiye`sine sığınmak zorunda kalacaklardır*?" Türkiye'nin yaşadığı coğrafya göz önünde bulundurulduğu zaman, nice kimliklerin yolunun buradan nasıl geçeceği, nice insanın hayat kitabında neden Türkiye'nin yazılı olacağı merak duygusu uyandırmaktadır. Çünkü Türkiye çoklu ulusal kimliklerin bulunduğu bir ülkedir. Yahudiler gibi birçok ulus Türkiye'yi birkaç kez kendilerine yuva edinerek geleceğe tutunmuşlardır. Son yarım asırlık bir dönemde ise Türkiye'ye hem Avrupa'dan, hem de Asya ülkelerinden Türk ve akraba topluluklar göç etmektedir. Bazıları geçici gelseler de, birçoğu temelli olarak artık Türkiye'ye yerleşmektedirler. Bunlardan biri de Ahıskalı Türklerdir. Artık onların da kimliklerinde Türkiye izi ömür boyu yaşayacaktır.

Diasporanın kimlik üzerindeki etkileri ile ilgili olarak Ayhan Kaya`nın "*Berlin`deki küçük İstanbul. Diaspora'da Kimlik Oluşumu*" eserini incelediğimiz zaman milli kimliğin korunması ve kendi coğrafyası dışında kendi sınırlarını oluşturma konusunda Diaspora'nın ne kadar etkili olduğunu görmekteyiz. Dünyanın dokuz ülkesinde (Amerika, Rusya, Ukrayna, Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan, Azerbaycan, Gürcistan ve KKTC), 4300'den fazla noktada lobicilik ve Diaspora çalışmalarını yürüten Ahıskalı Türklerin vatan olarak Türkiye'yi, bayrak olarak Türk bayrağını, bölge olarak Kafkasya`yı gördüklerini belirtmek gerekmektedir. Ahıskalı Türkler yaşadıkları ülkelerde, coğrafyalarda doğal Diaspora üyeleri, temsilcileri olarak görülmektedir. Hazırda Ahıskalı Türklerin dünyanın farklı ülkelerinde yürüttüğü Diaspora çalışmalarının onların gelecekteki ulusal kimliklerine ciddi bir şekilde etki edeceği kaçınılmazdır. Diaspora çalışmaları ile elde edebilecekleri başarı veya başarısızlıklar, milli birlik ve yöneticilerle aralarındaki sıkı bağın gücüne bağlıdır. Bununla birlikte gelişen siyasi olayların da katkısı ile Diaspora çalışmalarını daha da güçlendirebilir, milli birliklerini daha pekiştirebilirler. Bu bağlar koparsa Ahıskalı Türklerde milli birlik dağılarak onların diğer toplumlar içerisinde erimesine neden olur.

Sosyal medyanın kullanımının hız kazandığı günümüzde, Ahıskalı Türkler hakkında Facebook, Twitter, Instagram gibi farklı sosyal medya sayfalarında bilgiler yayınlanmaktadır. Bu sayfaların birçoğu Türkiye'de kurulmuştur, fakat farklı

ülkelerde de Ahıskalıları temsil eden sosyal medya sayfaları mevcuttur. Bu gruplar vasıtasıyla dünyanın farklı ülkelerinde yaşayan Ahıskalı Türkler birbirleri ile daha iyi bir şekilde iletişim kurmakta ve kendi sosyal, kültürel kimliklerini ifade edebilmektedirler. Bu nedenle sosyal medya araçlarından olan Facebook ve Twitter'de Ahıskalı Türkler hakkında bilgiler yayınlayan sayfalar incelenecektir. Önceden belirlenen başlıklar çerçevesinde içerik analizi yapılacaktır. Araştırmanın bu kısmı tezin araştırma ve analiz bölümünü oluşturacaktır.

Fırat Yaldız`ın "Uluslararası Göç ve Diaspora ile İlişkili Kavramlar" konu başlıklı makalesinden Ahıskalı Türklerin göç yolu ile ilgili araştırmalara ışık tutabilecek bilgiler elde edilmiştir. Ahıskalı Türklerin kendi Diasporalarını oluşturması istikametinde yaptıkları çalışmalar Yaldız`ın incelediği uluslararası araştırmalarla kıyaslanacaktır. Yapılacak inceleme ile Ahıskalıların bu konuda ne kadar verimli çalışmalar yaptığı ve nerelerde aksaklıkların mevcut olduğu tespit edilebilecektir.

Taylor, kimlik kavramına modernizm açısından yaklaşmış, kimlikleşmeye modernizmin icadı olarak bakmıştır. Bununla birlikte modernizmin otantiklik ve eşitlik gibi ideallerinin olduğunu savunmuştur. Bireyin tasarımını bu iki öğenin oluşturduğunu öne sürmüştür. Günümüzdeki kimlik sorununun önemli bölümünü birey temelindeki dönüşümün oluşturduğunu vurgulamıştır.

Bandura, kimlik edinme sürecine medyanın etkisinden bahsetmiştir. Bu konuda birçok araştırma yaparak medyanın kimlik edinme sürecine nasıl etki ettiğini ortaya koymuştur. Örnek olarak ise sembolik modelin işleyişine dair bilgileri aktarmıştır. Bandura'nın yaptığı incelemelerden örneklerden tez araştırmamızda yararlanılacaktır. Dubow, Huesmann ve Greenwood ise ileri sürdükleri *Gözlemleme Yolu ile Öğrenme* modelinde, yeni medyanın kimlik edinme sürecindeki etkilerini açıklamışlardır. Gözlemleme yoluyla öğrenme modeline dokunurken sosyal öğrenme kuramından da bahsedilmiştir. Kısacası, kuramcılar medyanın etkisi ile bireyin hafızasına kaydettiği bilgileri kendi kimlik özelliğine göre ihtiyaç duyduğu anda hafızadan çağırarak kullanabileceğini ileri sürmüştür. Günümüz bireyi sosyal medyada yapılan paylaşımları izleyici olarak takip etmektedir. Kendi kimliği ile ilgili paylaşım yapma ihtiyacı hissettiğinde ise takip ettiği paylaşımlardan kendisine pay çıkararak ve gözlemlediklerini dikkate alarak kendisine kimlik yapısı oluşturmaya çalışacaktır.

Böyle olduğunda Dubow, Huesmann ve Greenwood'un ileri sürdükleri *Gözlemleme Yolu ile Öğrenme* modelinin devreye girdiği gözlemlenmektedir.

Bradley benliğin kimliğin oluşumunda önemli yere sahip olduğunu vurgulamaktadır. Benlik kimliğin çerçevesini oluşturmakla din, dil, sosyal ve kültürel mensubiyetler gibi birçok kriter ortaya koymaktadır. Bu kriterlerin bireyleri diğer kişilerden ayıran önemli faktörler olduğunu söylemektedir. Bradley bununla beraber birey kimliğinin diğer kimliklerden farklılaşmasının gerekli olduğunu da savunmaktadır. Yukarıda belirtilen kriterler sayesinde bireyin kimliği diğer kimliklerden farklılaşarak kendi çerçevesinde daha sıkı kalıba oturtula bilinmektedir. Böylece kendisini diğer kimliklerden farklılaştıran birey, kendisinin günümüzdeki kalıbını ve geleceğe yönelik nasıl tavır sergileyeceğini, çerçeve oluşturacağını da belirlemiş olur. Bradley, bütün bu ifade edilenlerin kimliğin daha güçlü bir şekilde bireyle birlikte geleceğe doğru yol almasında önemli yere sahip olduğunu belirtmektedir.

Erikson, psikanalist olarak kimliğin politik, sosyo – kültürel, ekonomik ve manevi olmak üzere 4 temel unsurdan oluştuğunu ileri sürmektedir. Bu dört temel unsur kimliğin oluşmasında ve güdülenmesinde önemli role sahip olmaktadır. Erikson dört temel unsurdan birinin kaybolması veya eksik olması halinde birey kimliğinde büyük sorun oluşacağını ileri sürmektedir. Bireyde bu dört unsurdan her hangi biri eksik olduğunda birey toplum içerisinde eksik kişilik özelliği sergilemektedir. Bu nedenle Erikson bu dört öğenin bireyde bulunmasının ona bireylik (veya kişilik) aşıladığını vurgulamakta ve güçlü birey olarak toplumun karşısına çıkmasında destek verebileceğini ifade etmektedir.

Lister, yeni medyanın bireylere etkisinden bahsederken, sosyal medyanın yeni formlarda yeni metinler sunan ve okura yeni temsil imkânları sağlayan araç olduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte sosyal medyayı kullanıcı ile medya arasında yeni iletişim yolu sağlayan, toplumla kişi arasında yeni ilişkilere destek veren, ekonomiye kadar uzanan birçok üretim modellerini oluşturan teknolojiye sahip bir kavram olarak sunmaktadır. Yeni medyanın hem bireyin yeni kimlik ediniminde destek olduğunu, hem de geleneksel kimlik modellerini alt üst ettiğini vurgulamaktadır. Artık tüm kimliklerin eskisi gibi doğuştan değil, sonradan tasarlanan olduklarını ifade etmektedir. Lister, yeni medyanın dijital teknolojinin gelişimi ile daha geniş bir çerçevede bireylere imkânlar sağladığını belirtmektedir. Fakat tüm bu gelişmiş

çerçeveye rağmen yeni medyanın dijitalleşmeye ve internete bağımlı durumda olduğunu da kaydetmektedir. Şöyle ki, dijitalleşme ve çevrimiçi bir durumun olmadığı bir yerde yeni medyanın da olmadığını ifade etmektedir.

Rogers, yeni medya ile geleneksel medya arasındaki temel farklılıklardan bahsetmiştir. Geleneksel medyadan farklı olarak yeni medyada etkileşimin olduğunu, büyük bir topluluğu veya grubu kitlesizleştirdiğini, farklı zamanda aynı haberi farklı kitlelere ulaştırabildiğini, eşzamansız haber taşıma özelliğinin olduğunu belirtmiştir. Yeni medya bireylere beğeni, yorum yapmak, paylaşmak gibi birçok etkileşim imkânlarını sağlamaktadır. Yeni medya aynı zamanda fiziksel olarak bir araya gelen onlarca veya yüzlerce kişiyi kitlenin dışına itebilmektedir (kitlesizleştirebilmektedir). Bir haberi saniyeler içinde büyük kitlelere ulaştırabilen yeni medya, aynı zamanda bu haberin farklı zaman dilimlerinde paylaşılabilmesine de olanak sağlamaktadır. Gazete, televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarının yeni medyanın içerisinde yer alabildiğini belirtmektedir. Geleneksel medyadan farklı olarak yeni medyanın farklı sunum yapabilme imkânı sunduğunu söylemektedir. Televizyon veya radyoda geleneksel olarak saatinde izlenilmeyen program daha sonra izleyiciye takip edebilme şansı veremese de, yeni medya izleyiciye bu şansı vermekle her zaman izlenme değeri kazandırmaktadır. Bu da bireyin istediği zaman yeni medyayı kendisinin şahsi kitle iletişim aracı olarak kullanmasına olanak sağlamaktadır. Böylece sosyal medya bireye istediği kimlik şeklini, istediği zaman, istediği şekilde geleneksel medyadan farklı olarak yeni medyada sunabilme imkânı vermektedir.

Goffman, yeni medyada bireylerin kendi kimliklerini sunumunda sahnedeki aktörler gibi hareket ettiklerini savunmaktadır. Yapılan paylaşımlardan elde edilen geri dönüşlere uygun bir şekilde bireyin kimlik oluşturduğunu ifade etmektedir. Kişi önceden belirlediği çerçeveye uygun bir şekilde kendisini yeni medyada sunmakta, kurgulanan kimliğini alınan geri dönüşümlere uyum sağlayarak ya kendi çerçevesine düzenleme yapmakta, ya da tamamen değiştirmektedir. Gofman, bireyin yeni medyada sunduğu kimliği sosyal kimlik olarak nitelendirmektedir. Sosyal kimliği ise imajların oluşturduğunu ve bu imajlar vasıtasıyla sosyal medyada kimliklerin topluma açıldığını belirtmektedir. Gofman imajların bireyi markalaştırdığı fikrini ileri sürmektedir. Markalaşan sosyal kimlikler bir araya gelerek sosyal topluluklar oluşturmaktadır. Ahıska Türkleri de sosyal medyanın sunduğu imkânlardan yararlanarak kendileri arasında sosyal topluluklar oluşturmaktadırlar. Kendi kimliğini yeni medya vasıtasıyla

markalaştırmayı başaran sayfa yöneticileri oluşturdukları sosyal medya grupları ile sanal toplulukları bir araya getirmekte ve karşılıklı etkileşimler gerçekleştirmektedirler.

Niedzviecki giderek yeni medya alışkanlıklarıyla bireylerin Dikizleme Kültürü'ne yakınlaştıklarını ifade etmektedir. Bireyler kendilerinin dışarıdan nasıl göründüklerini önemsemekte, bunun için de daha çok kendileri hakkında bilgileri yeni medya aracılığı ile paylaşmaktadırlar. Dışarıdan kendilerini yorumlayan bireyleri üstün tutmaktadırlar. Sosyal medya kullanımının giderek daha da arttığı dünyamızda birey artık pasif değil aktif takipçisiyle ilgilenmektedir. Onun fikirlerini dikkate almakta, eleştirileri ile kendisine yön vermektedir. Niedzviecki, yeni medyanın yeni ortaya çıktığı dönemlerden bahsederken daha çok ilginin gençler tarafından gösterildiğini ve yetişkinlerin dışarıdan seyirci kaldıklarını ifade etmektedir. Sosyal medya kullanımı ile daha çok gençler ve yetişkin dönemde olan bireylerin ilgilendiklerini ileri sürmektedir. Fakat daha sonra yetişkinlerin de yeni medyadan çeşitli benlik sunumları için yararlandıklarını ifade etmeye başlamıştır. Yeni hesaplar açan yetişkinler ilk dönemlerde film izlercesine sosyal medyadaki hareketlilikleri izlerken, günümüzde yetişkinlerin de artık bu hareketliliğin içerisinde kendilerine yer edinmeye çalıştıklarını vurgulamaktadır. Kısacası artık yeni medya kullanımında yaş farkı ortadan kalkmaya başlamıştır. Her yaş grubundan bireyler sosyal medyanın imkânlarından yararlanmak için sayfaları aktif kullanmaktadırlar. Bununla ilgili de yapılan tez araştırmamızda detaylı bilgiler verilecektir. Ahıskalılarda takipçi yaş gruplarının durumu incelenecektir.

Üzerinde çalıştığımız tez araştırmasının sorunsallarını özetleyecek olursak aşağıdakilerini kaydetmek gerekmektedir:

- Ahıskalı Türklerin yeni medyayı nasıl kullandıkları,
- Hangi sosyal medya sayfalarının Ahıskalı Türkler tarafından daha çok tercih edildiği ve kullanıldığı,
- Ahıskalı Türkler tarafından yeni medyaya yüklenen roller,
- Dini, Milli (ulusal), Sosyal, Politik, Kültürel, Aidiyet ve Haberleşme açısından Ahıskalı Türklerin sosyal medya kullanımı,
- Ahıskalı Türklerin cinsiyete ve yaşa göre yeni medya kullanımı,
- Ülke ve şehirlere göre Ahıskalıların sosyal medya kullanım göstergeleri,

- Belirli tarihlere ve günlere göre Ahıskalı Türklerin yeni medya kullanım olanakları ve göstergeleri,
- Ahıskalı Türkler tarafından yeni medyanın etkili kullanım yolları.

Tezin önemini kısaca özetleyecek olursak, tez araştırması ile Ahıskalı Türklerine tarihi, coğrafi ve kültürel açıdan yeniden bakılmış olacak. Ahıskalıların kültürel kimlik kalıplarına detaylı bir şekilde göz geçirilerek, dünyanın farklı coğrafyalarında yaşayan bu toplumun halen asimile olmamalarının nedenleri konusunda inceleme gerçekleştirilmiş olacak. Bununla birlikte, Ahıskalı Türklerin yeni medya kullanım olanakları da araştırılmış olacak. Böylece Ahıskalıların toplum olarak yeni medya kullanım olanakları da araştırma ile ortaya çıkarılmış olacak. Tüm bu araştırma konuları tezin önemini bir daha göstermektedir.

TEZİN YÖNTEMİ

Ahıskalı Türklerin Yeni Medya Aracılığı İle Sunumu: Bir Kimlik Araştırması başlıklı tez araştırmasında birçok kuramcının kavramlarından yararlanılacaktır. Bunlar içerisinde A. Maslow`un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, Niedzviecki`nin Dikizleme Kültürü kuramları derinden incelenecek ve tez araştırmasında kullanılacaktır. A. Maslow`un İhtiyaçlar Hiyerarşisi kuramına bakılarak, Ahıskalı Türklerin kimliklerinin kitle iletişim araçlarında *temsil* ve *milli kimlik* (Ahıska, Türk, Kafkas) kelimelerinin kullanımına dikkat edilecektir. *Sürgün* ve *tehcir* gibi kelimelerin de paylaşımlarda kullanımı incelenecektir. Günümüzde Ahıskalı Türklerin kitle iletişim araçlarını hangi amaçlar doğrultusunda kullandıkları not edilecek, kısacası psiko–sosyal, özgüven ve benlik vurguları dikkate alınarak inceleme yapılacaktır.

Yukarıda belirtilen incelemelerle birlikte, tez araştırmasında Niedzviecki`nin Dikizleme Kültürüne de yer verilecek. Kitle iletişim araçlarını kullanan Ahıskalı Türklerin görünür olmak, kendilerini ifade etmek amacıyla yaptıkları paylaşımlar incelenecektir. Ahıskalı Türklerin görünür olması ile ilgili olarak dini, sosyal, milli, politik ve kültürel bakış açıları araştırılacaktır. Diğer yandan haberleşme aracı olarak yeni medyanın kullanımı, yaş, cinsiyet, günlük takip ve nereden takip edildiği ile ilgili de araştırma yapılacaktır. Ahıskalıların yakın geçmiş tarihinde (1944 Ahıska Sürgünü-1989 Fergana olayları-2010 Kırgızistan Mayevka'daki olaylar) yaşadıkları olaylar

nedeniyle üzerlerinde oluşan travmaların toplum kimliklerine etkisi de gözden geçirilecektir. *Ahıskalılık, Türklük, Kafkaslılık, sürgün, tehcir, soykırım* ve *facia* gibi kelimelerin de paylaşımlar içerisinde sunumuna (ifade edilişine) dikkat edilecektir. Elde edilen veriler tez araştırmasına dâhil edilecektir. Tüm bu veriler Ahıskalıların psiko-sosyal durumlarının kimlik oluşumlarına nasıl yansıdığını ve yeni medyada nasıl sunum yapıldığını (kendilerini nasıl ifade ettiklerini) ortaya çıkarmış olacaktır.

Tez araştırmasında hem Facebook, hem Instagram, hem de Twitter sayfaları yeni medyayı temsilen incelenecektir. İlk olarak Ahıskalı Türklerin kullandığı iki ayrı Facebook grubu ele alınacaktır. Bu grupların bir aylık süresince nasıl bir paylaşım yaptığına dikkat edilecektir. İlk önce Ahıskalı Türklerin yeni medyada kendilerini dini açıdan nasıl sunduğu araştırılacaktır. Dini bakış açılarının sunumu başlığı altında sosyal medya sayfalarında yaptıkları paylaşımlar takip edilecek ve elde edilen veriler tezin araştırma kısmına dâhil edilecektir. *Dini Bakış Açılarının Sunumu* başlığı altında alt başlıklar da incelenecektir. *Müslüman olarak Sunum, Hıristiyan Olarak Sunum, Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti* gibi alt başlıklar paylaştıkları sayfalarda takip edilecektir. Dini Bakışın Sunumu başlığı altında toparlanacak paylaşımlar günlük grafiklere eklenecektir. Böylece, Ahıskalı Türklerin sosyal medyada kendilerini yaşadıkları coğrafyalarda hangi dini inanca uygun sunduklarını ortaya çıkarmış olacağız. Facebook, Twitter, Instagram sayfalarını *Dini Bakışın Sunumu* başlıklarını paylaşım sayısı ile kıyaslayacağız. Bu da Ahıskalıların kendilerini sosyal medyada dini açıdan nasıl sunduklarına dair bilgileri elde etmemize, hem de sayfalar arasında konu başlıkları çerçevesinde paylaşımların kıyaslamalı oranını öğrenmemize destek verecektir.

Araştırmamızda ikinci incelenecek başlık ise; *Sosyal Açının Sunumu* (takipçinin kendi sosyalliğini sunumu) başlığıdır. Bu başlık altında yapılacak inceleme; takipçinin yaptığı paylaşımlarında kendini sunumu, karşılıklı olarak tartışma ortamlarının oluşturulması, akraba veya tanıdık birilerinin araştırılması, sorunların çözümü, kişisel fikirlerin ifade edilmesi vb. gibi konular ele alınacaktır. "Yeni Medyadan Saygı/Hayranlık/İtibar Kazanma Aracı Olarak Yararlanma" (içerikte ego, kendini (ifade) tanıtım gibi olanakların bulunması), "Yeni Medyada Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması", "Yeni Medyadan Sosyalleşme Aracı Olarak Yararlanma" (akraba, arkadaş veya tanıdık birisinin araştırılması), "Yeni Medyadan Sorunların Paylaşıldığı Araç Olarak Yararlanma"

(ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut, sigorta vb. gibi sorunların paylaşımı), “Yeni Medyadan Kişisel Fikirlerin İfade Edilebildiği Bir Ortam Olarak Yararlanma” (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme), “Yeni Medyadan İlgi Alanlarına Yönelik Bilgi Alma Aracı Olarak Yararlanma” (spor, iş, bölge vb. gibi konular ile ilgili bilgi edinme) ve “Yeni Medyadan Başka İnsanlara Kendini Tanıtma Fırsatı Vermesi Açısından Kitle İletişim Aracı Olarak Yararlanma” (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma) gibi alt başlıklar araştırılacak ve elde edilecek veriler tezin analiz kısmında grafiklere eklenecektir. Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu başlığı ise; bir diğer araştırma başlığı olacaktır. Şöyle ki; bu başlık altında araştırılan sayfaların günlük takiplerinde Ahıskalıların yeni medya kullanım olanakları incelenecektir. Yeni medyayı kimliklerini sergilemek amacıyla kullanıp kullanmadıkları, milli kimliklerinin sunumu gibi başlıklar araştırılacaktır. Bunlarla birlikte Ahıska’ya bakış açılarına ve Türkiye’yi Vatan olarak kabul edip etmediklerine dikkat edilecektir. Bu başlık altında en son olarak sayfalarda paylaşım yapan Ahıskalı takipçilerin doğdukları Ülkeyi Vatan olarak görüp görmedikleri incelenecektir. Bunların dışında günlük takiplerde “Yeni Medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir Ortam Olarak Kullanımı”, “Yeni Medyada Türk Olarak Kendini Sunum”, “Yeni Medyada Kürt Olarak Sunum”, “Yeni Medyada Hemşin Olarak Sunum”, “Yeni Medyada Azeri Olarak Sunum”, “Yeni Medyada Türkiye’yi Vatan Olarak Görme Sunumu”, “Yeni Medyada Gürcistan’ı (Ahıska’yı) Vatan Olarak Görme Sunumu”, Yeni Medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan Olarak Görme Sunumu” alt başlıkları çerçevesinde de araştırma yapılacaktır. Elde edilen veriler grafikler vasıtasıyla analiz edilecektir.

Ahıskalı Türklerin takip ettikleri sosyal medya sayfalarında yapılan araştırmada “*Politik Bakışın Sunumu”* başlığı da incelenecektir. Yapılan araştırmanın bir aylık süreci içerisinde yeni medyanın Ahıskalılar tarafından politik amaçlı kullanılıp kullanılmadığı incelenecektir. Ahıskalı Türklerin kendilerinin siyasi, toplumsal ve bürokratik sorunları ile ilgili grupları kullanmaları, Göç, Tehcir ve Sürgün kavramları ile ilgili sayfalarda paylaşım yapmaları ile ilgili araştırmalar yapılacaktır. *Politik Bakışın Sunumu* başlığı altında “Yeni Medyanın Toplumsal/Siyasi/ Bürokratik Sorunlarla İlgili Grup Kurmak/Katılmak/ Bilgi Paylaşmak İçin Kullanımı”, “Yeni Medyada Sürgün, Göç ve Tehcirle İlgili Paylaşımların Yapılması” gibi alt başlıklar çerçevesinde de günlük takipler yapılacaktır.

Ahıskalı Türklerin kendi kültürlerini yeni medya vasıtasıyla sunumu (anlatımı) önemli konulardan biridir. Tez araştırmamızın ana hedeflerinden biri olan kimlik incelemesinin geniş kapsamını bu başlık oluşturmaktadır. Bu nedenle incelenen sosyal medya sayfaları "*Kültürel Bakışın Sergilenmesi*" başlığı altında takip edilmiştir. Ahıskalıların kendi geleneklerini sosyal medyada nasıl sunduğu, günlük paylaşımlarda yer alıp almadığı araştırılacaktır. Düğün geleneklerinin sosyal medya sayfalarına taşınması, bayram ve özel günler kutlamalarının sosyal medyada yer alışı incelenecektir. "*Kültürel Bakışın Sergilenmesi*" başlığı ile birlikte "Yeni Medyada Âdet ve Geleneklerin Sunumu", "Yeni Medyada Düğünlerin Sunumu", "Yeni Medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu" gibi alt başlıklar da takip edilecektir. Elde edilen veriler grafikler vasıtasıyla yorumlanacaktır.

Son olarak "*Haberleşme Aracı Olarak Kullanımı*" başlığı ile ilgili sosyal medya sayfalarında günlük takip yapılacaktır. Bu başlık altında Ahıskalı Türklerin paylaşımlarının türleri tespit edilecektir. Paylaşımların haber, köşe yazısı, şiir, fotoğraf veya karikatür olması konuları araştırılacaktır. Takip edilecek sosyal medya sayfalarının bir ay süresi içindeki zaman diliminde; "Yeni Medyada Haber/Köşe Yazısı/ Şiir Paylaşımların Yapılması", "Yeni Medyanın Video/Karikatür/ Fotoğraf Paylaşımı İçin Kullanımı" gibi alt başlıklar araştırılacaktır. Elde edilen veriler grafik oluşturularak analizleri yapılacaktır. Belirtilen başlıklar ve alt başlıklar çerçevesinde günlük takipler yapılarak elde edilen veriler tezin üçüncü bölümünün sayfa takipleri ile ilgili araştırma kısmına eklenecektir. Tüm sayfalar incelendikten sonra elde edilen veriler; genel bir tablo şekline getirilerek ortaya çıkan verilerle ilgili analiz ve yorumlar yapılacaktır.

Tez araştırmasının 3.bölümünde Ahıskalı Türklerin takip ettikleri sosyal medya sayfalarının incelemesi ile ilgili yukarıda belirtilen başlıklar ve alt başlıkları şöyle olacaktır;

Tablo 1: Ahıskalı Türklerin sosyal medyada incelenen paylaşım başlıkları

Dini Bakışın Sunumu:	✓ Müslüman Olarak Sunum, ✓ Hıristiyan Olarak Sunum,

	✓ Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti
Sosyal Açının Sunumu:	✓ Yeni medyadan saygı/ hayranlık/ itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması), ✓ Yeni medyadan sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş veya tanıdık birisinin araştırılması), ✓ Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı), ✓ Yeni medyadan kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme), ✓ Yeni medyadan ilgi alanlarına yönelik bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge vb. konularla ilgili bilgi edinme), ✓ Yeni medyadan başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma).
Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:	✓ Yeni medyanın, kimliğin sergilenebildiği bir ortam olarak kullanımı, ✓ Yeni medyada kendini Türk olarak ifade etme sunumu, ✓ Yeni medyada kendini Kürt olarak tanıtımı, ✓ Yeni medyada kendini Hemşin olarak tanıtımı, ✓ Yeni medyada kendini Azeri olarak tanıtımı, ✓ Yeni medyada kendini Türk olarak tanıtımı (Türkiye'yi kendi öz Vatanı olarak görme), ✓ Yeni medyada Gürcistan'ı (Ahıska'yı) kendi Vatanı olarak görme tanıtımı, ✓ Yeni medyada paylaşımcıların doğduğu ülkeyi kendi Vatanı olarak tanıtımı.

Politik Bakışın Sunumu:	✓ Yeni medyanın Toplumsal/siyasi sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı, ✓ Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle ilgili paylaşımların yapılması.
Kültürel Bakışın Sergilenmesi:	✓ Yeni medyada adet ve geleneklerin sunumu, ✓ Yeni medyada düğünlerin sunumu, ✓ Yeni medyada bayramlar ve özel günlerin sunumu ve paylaşımı.
Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:	✓ Yeni medyada haber/köşe yazısı paylaşımların yapılması, ✓ Yeni medyanın video/karikatür/ paylaşımı için kullanımı.

Cinsiyet, Yaş, En Fazla Takipçi Sayısına Sahip Ülke ve Şehirler Göstergesi:

Ahıskalı Türklerin takip ettikleri sosyal medya sayfaları üzerinde yapılan bir diğer araştırma ise sayfa takipçilerinin cinsiyete, yaşa, en fazla takipçiye sahip ülke ve şehrine göre olacaktır. Sayfaların istatistik göstergeleri sayfa yöneticileri ile görüşüldükten sonra elde edilecek verilerle Ahıskalıların yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde sayfalara göre yöneliş verileri elde edilecektir. İlk olarak Ahıskalı Türklerin sayfalarda cinsiyete göre kullanıcı oranları belirlenecektir. Yapılacak araştırma ile Ahıskalılar arasında sayfalarda erkek ve kadın takipçilerin kullanım oranları kıyaslanmış olacaktır. Hem Facebook, hem Twitter, hem de Instagram sayfalarından elde edilen veriler grafiğe yansıtılarak üzerinde analizler yapılacaktır. Böylece Ahıskalılar arasında erkekler veya kadınlardan hangi grubun daha çok sosyal medyanın verdiği imkânlardan yararlandığı ortaya çıkarılmış olacaktır.

Sosyal medya sayfalarından elde edilecek bir diğer önemli veri ise; yaşa göre kullanım oranlarını ortaya çıkarmaktır. Yapılacak araştırmada Ahıskalıların takip ettikleri sosyal medya sayfaları içerisinden ilk olarak 13-17 yaş aralığındaki kullanıcıların verileri elde edilecektir. Daha sonra 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64

ve son olarak 65 yaş üstü takipçilerin sosyal medya sayfalarında oluşturdukları veriler elde edilerek grafiğe eklenecektir. Böyle bir göstergenin elde edilmesi, Ahıskalıların hangi yaş aralığında daha fazla takipçiye sahip olduğunu ortaya çıkaracaktır. Gelecekte Ahıskalılarla ilgili yapılacak çalışmalarda bu istatistik dikkate alındığı zaman Ahıskalılara yönelik daha verimli paylaşımlar yapılabilecektir. Şöyle ki; paylaşım yapılacak içerik hazırlanırken kullanıcı yaş aralığının en fazla olduğu gruplar dikkate alınabilir. Bununla birlikte yaşa göre hazırlanacak paylaşımların yüzdelik olarak takipçi oranları da dikkate alınarak yeni stratejiler oluşturulabilir.

Tez araştırmasında Ahıskalı Türklerin takip ettikleri sosyal medya sayfalarında en fazla takipçiye sahip ülkeler de araştırılacaktır. Hangi ülkeden ne kadar sayıda Ahıskalının belirtilen sayfaları takip ettikleri ile ilgili veriler elde edilecektir. Elde edilen veriler grafiğe eklenerek analizleri yapılacaktır. Hem Facebook, hem Twitter, hem de Instagram sayfalarının ülkelere göre takipçi oranları oluşturulduktan sonra sayfalar arasında kıyaslamalar yapılacaktır. En fazla takipçi ülkeleri ile birlikte, sosyal medya sayfalarını en az takip eden ülkelerin de göstergesi grafiğe eklenecektir. Bu sayede hangi haberin takipçi oranına göre hangi ülkeye göre hazırlanması gerekliliği konusunda önceden takipçi araştırması için (arz-talep çalışması için) fikir ortaya çıkacaktır.

Araştırma konularından bir diğeri ise incelenen sosyal medya sayfa takipçilerinin daha yoğun olduğu şehirlerin belirlenmesi olacaktır. Yapılacak araştırmada takip edilen sayfaların içerisinde kullanıcıların yoğun olarak yaşadıkları şehirler ortaya çıkarılacaktır. Ülkelere göre elde edilecek verilerin ardından şehirlere göre de yapılacak araştırma ile Ahıskalıların hangi şehirlerde aktif olarak katılım sağladıkları belirlenmiş olacaktır. Bu da gelecekte Ahıskalı Türklerin sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılacak çalışmalara destek verecektir. Paylaşımların içeriğinde şehirlere göre planlama yapılabilecektir. Araştırmada şehirlerle ilgili elde edilecek veriler daha sonra grafiğe aktarılarak, analizleri yapılarak yorumlanacaktır.

Son olarak Ahıskalı Türklerin takip ettikleri sosyal medya sayfalarında hangi günlerde aktif paylaşımlar yaptıkları ortaya çıkarılacaktır. Bir aylık süre içerisinde hangi günlerde paylaşımların yükselme kaydettikleri ile ilgili istatistikler gelecekte sosyal medya paylaşım günlerinin seçimi konusunda doğru adım atılmasına destek verecektir. Bu konuda sayfaların günlük takiplerinden elde edilecek veriler grafiğe aktarılarak analizleri yapılacaktır.

Facebook, Twitter ve Instagram sayfalarının istatistiksel verileri ile ilgili yapılacak araştırmanın başlıkları ise aşağıdaki gibi olacaktır:

Cinsiyete Göre Ahıskalı Türklerin Yeni Medya Kullanımı:

Bu başlık altında yapılan sosyal medya araştırmasında Ahıskalı Türklerin cinsiyete göre sosyal medya kullanım oranları ortaya çıkarılacaktır. Kadın, Erkek ve Özel (diğer sayfalar, resmi hesaplar, kuruluşlar adına açılan hesaplar) cinsiyete göre araştırma yapılacaktır.

Yaşa Göre Ahıskalı Türklerin Yeni Medya Kullanım Göstergeleri:

13-17 yaş aralığındaki kullanıcıların göstergesi (sayı ve yüzdelik oranla)

18-24 yaş aralığındaki kullanıcıların göstergesi (sayı ve yüzdelik oranla)

25-34 yaş aralığındaki kullanıcıların göstergesi (sayı ve yüzdelik oranla)

35-44 yaş aralığındaki kullanıcıların göstergesi (sayı ve yüzdelik oranla)

45-54 yaş aralığındaki kullanıcıların göstergesi (sayı ve yüzdelik oranla)

55-64 yaş aralığındaki kullanıcıların göstergesi (sayı ve yüzdelik oranla)

65 yaş üstü kullanıcıların göstergesi (sayı ve yüzdelik oranla)

Ahıskalı Türkleri Temsil Eden Sosyal Medya Araçlarını En Çok Kullanan Ülkeler:

Yapılan sosyal medya araştırmasında Ahıskalı Türklerin hangi ülkelerde daha çok takipçi sayısına sahip olduğu oranları elde edilerek araştırmaya dâhil edilecektir.

Ahıskalı Türkleri Temsil Eden Sosyal Medya Araçlarını En Çok Takip Eden Şehirler:

Bu başlık altında yapılan araştırmada ise Ahıskalıların hangi şehirlerde en fazla takipçiye sahip oldukları ortaya çıkarılacaktır.

Araştırmamızda söylem analizi yönteminden yararlanılacaktır. Bu yöntem ve yapılacak çalışmalarla ilgili bilgi verirken belirtmek gerekmektedir ki, söylem analizi insanbilimi, dilbilimi, metin ve konuşmanın yapıları, işlev ve işlemleri ile ilgilenen alan olarak bilinmektedir. Söylem analizi, sosyal psikoloji ve halkbilimi ve mikrososyoloji ile ilgilenen disiplinlerarası çalışma alanıdır. 1960 ve 1970'lerin

ortalarında ortaya çıkan söylem analizi medya araştırmasını sınırlandırmak için kullanılmakta, haberlerin tahlilinde yararlanılmaktadır. Söylem analizi basındaki haberlerin incelenmesinde sıklıkla kullanılır. Metin ve konuşmanın, söylemin çeşitli boyutları ve seviyelerinin kuramlar aracılığı ile açıklanması söylem analizinin temel özelliklerinden biridir. Anlam ve formlar arasında genel bir ayrım klasik dilbiliminde yapılırken, mevcut söylem analizinde konuşma ve metnin daha çok grafik, sesbilimsel, morfolojik, retorik ve pragmatik yapısı ayrı ama ilişkili bir biçimde araştırılmaktadır. Söylem analizi sadece metinle sınırlı değildir. Konuşma yapıları ve metin arasındaki ilişkiyi açıklarken, söylem analizi yapıların bilişsel, kültürel, toplumsal ve tarihsel bağlamlarını da yorumlamaktadır (Dedeoğlu, 2013: s. 40-47). Söylem analizinin verdiği bu imkânlardan yararlanılarak sosyal medya sayfalarında yapılacak araştırmamızda kültürel ve toplumsal bağlamlar incelenecek, politik ve sosyal yapılar araştırılacaktır.

Söylem analizi ile ilgili birçok tanıma rastlanmaktadır. Mc Carthy söylem analizini dilin belli bir bağlamda sosyal amaçlı kullanımı olarak tanımlarken, söylem çözümlemesinin sosyal katılımcılar arasında özel diyalog veya iletişim bağlantısını da kurmaktadır (Ünveren, 2019: s. 54-56). Araştırmacılar yaptıkları incelemelerde dilin neden sosyal bağlamlara uygun bir şekilde konuşulduğunu, neden farklı konuşma şekillerine ihtiyacın olduğunu ortaya koymuşlardır. Dilin sosyal işleve ve sosyal ortama uygun bir şekilde değişken anlamını ve iletirken kullanılan yollarını incelemişlerdir. Kısacası, söylem analizi dil kullanımının toplumsal ve kültürel olarak ele alınmasıdır. İnsan iletişiminin bütününü kavramak söylem analizinin temel amaçlarından biridir. Söylem analizi disiplinler arası bir yaklaşımdır. Sonuç olarak söylem analizi söz ürünlerine yönelen çözümleme olarak nitelendirilmektedir. Tümce sınırlarını aşan ve daha üst düzeyde bir çözümleme yöntemi olarak değerlendirilmektedir.

Eleştirel Söylem çözümlemesi sayısız metodolojik ve teorik yaklaşımı içeren disiplinler arası araştırma programı sunmaktadır. Elde edilen sonuçlara daha sonra öneriler getirmeyi de amaç edinmiştir. Sadece politik ve medya çözümlemesi ile sınırlandırılmamakta, cinsel veya örgütsel olmak üzere günlük konuşmalarımızdaki söylem konularını da içermektedir. Söylem analizini diğer yöntemlerden üstün tutan tarafı ise verilere öneriler getirebilme imkânı sağlamasıdır (Yüksel, 2004: s. 28-29). Tez araştırmamızda yararlanacağımız söylem analizi yöntemi elde edilecek verilere

yorum yapma, eleştirme imkânı da tanıyacaktır. Söylem analizi yöntemi vasıtasıyla yeni medyada yayınlanan günlük haberleri önceden belirlenen başlıklar çerçevesinde yorumlama imkânını elde edebilecek, daha sonra bu veriler üzerinden öneriler getirebileceğiz.

Günümüzde homojenlik hiçbir yerde mevcut değildir. Modern dünyamız mücadele ve çelişkilerle doludur. Bu nedenle bölünmüşlük, ideolojik olarak ikilemler ve çoklu kimlikler yaşantımızın bir parçası haline gelmektedir. Değişkenliklerle dolu dünyamız şeffaf olmadığı gibi açıklanması gereken birçok unsurla da donatılmıştır. Söylem ise bir meta eylem olarak diyalog, anlatım, güç ve mübadeleyle eyleme çevrilen, dil pratiğine dayalı süreçtir. Kısacası, söylem kültürel, siyasi, sosyal ve ekonomik alanlar başta olmakla hayatın tüm alanları ile bağlantılıdır.

Belirli kurallar çerçevesinde konuşma ve terminolojiden oluşan dilsel sistematik düzeni betimlemek için kullanılan söylem, bir kavram olarak kategorize olunmaktadır. Söylem sadece iletinin içeriğini değil, iletinin tüm boyutlarını ve onu seslendireni, seslendirirken dayanağını, konuşmacının kime hitap ettiğini ve iletideki hedeflerini kapsamaktadır. Bir diğer taraftan söylem, belirli zaman dilimi içerisinde belli bir grup insan arasında oluşturulan ve diğer insan grupları ile ilişkilendirilen fikir, ifade ve bilgileri içermektedir. Sohbet de dâhil olmakla konuşmanın tüm iletişim biçimlerini kendi çerçevesi içerisinde bulundurmaktadır. Söylem analizini gerçekleştirirken sadece sohbet ve konuşma ile de sınırlı kalınmamakta, günlük yaşantımız içerisinde dünyamızın sosyal bünyesini görme ve sınıflandırmayı da oluşturarak buna tepki yollarını da araştırmak gerekmektedir. Söylem farklı açıklamalarla ileri sürülmesi mümkün olan ve farklı yaklaşımlara dayanan bir kavramdır. Fakat söylemin araştırmacılar arasında kullanımına dair farklı yorumlar mevcuttur. Bazı araştırmacılar söylemi yazma eylemi ve bütün konuşma olarak değerlendirirken, diğerleri ise söylem türevlerini sadece konuşma ağlarının uygulamaları olarak değerlendirmektedirler. Foucault ise söyleme daha farklı bir yönden bakmış, genel, tarihi yaklaşmış ve gelişmekte olan uygulama olarak değerlendirmiştir. Her birey farklı kişiliğe sahip olduğu gibi bireylerin söylemlerinin de farklı olduğunu savunmuştur. Farklı zamanlarda bireylerin farklı benlik maskeleri kullandıklarını öne sürerek, bireylerin söyleminin de tarihsel açıdan farklılık sergilediğine işaret etmiştir (Çelik ve Ekşi, 2008: s. 100).

Söylem analizi antropoloji, edebiyat, felsefe ve iletişim gibi farklı disiplinlerden beslenerek gelişmektedir. Farklı disiplinlerin teorik bakış açılarına dayanan analiz tekniğidir. Fakat söylem analizi yukarıda ifade edilen disiplinlerle birlikte tek bir bütünleşmiş uygulama ve teori değildir. Söylem analizi, heterojen özelliğe sahip, farklı disiplinler ve araştırma gelenekleri içerisinde yürütülen nitel araştırma yöntemidir. İfade ve sözlerin semantik ve sözdizimsel sınırlarını aşarak araştırmaktır. Söylem analizinde sözdizimsel sınırların ötesindeki anlam ve içerik incelenmektedir. Söylem analizi dil kullanımının veya söylemin sadece biçimselliği ve fonolojisi ile ilgilenmez. Sosyal ve kültürel bağlam içerisinde dil kullanıcılarının oluşturduğu sosyal olaylara da odağını çevirmektedir.

Özneler arası zihin bileşenleri üzerine odaklanan söylem analizi bireylerin diğerleri ile konuşurken oluşturdukları söylemin, ifadenin düşünsel bileşenlerini de ele alarak gerçek sosyal bir metot olarak araştırma ortaya koymaktadır. Morfoloji, sentaks, fonoloji, semantik ve pragmatik yaklaşımlarda olduğu gibi söylem araştırmaları dar kapsamlı dil analizi değildir. Cümleyi temel alan daha geniş kapsamlı incelemeleri önemsemektedir. Söylem analizi sosyokültürel bağlam çerçevesinde dil kullanımının daha büyük bölümlerini ele alıp inceleyen bir yaklaşımdır. Birey dili sosyal dünyaya adaptasyon oluşturmak için kullanır. Dil, söylem analizinin temel varsayımına göre çevre yönelimlidir. Birey, dili sosyal dünya değerini oluşturmak için kullanmaktadır. Bunun için de aktif inşa süreçleri içinde dil değişkenliğini ortaya koymaktadır. Değişkenlik kavramı söylem analizinin temel taşını oluşturmaktadır. Çünkü kullanıldığı fonksiyona bağlı olarak söylem değişkenlik göstermektedir. Neyin elde edildiği ve dille ne yapıldığı söylem analizindeki temel vurgudur (Çelik ve Ekşi, 2008: s.101).

Tez araştırmasında Facebook, Twitter, Instagram olmak üzere her üç sosyal medya aracının 2019 yılının farklı dönemlere ait bir aylık süre içerisindeki paylaşımları günlük takip edilecektir. Baz alınan bir aylık süreç tezin daha fazla dağılmamasına yardımcı olacaktır. Tez amacından uzaklaşmadan verilen süreç içerisinde araştırma gerçekleştirilmiş olacaktır. Bu süreç içerisinde her üç yeni medya aracında yapılan paylaşımlar bakımından yeterli düzeyde haber içeriği olacağı düşünülmektedir. Verilen süreç içerisinde başlıklar ve alt başlıklar çerçevesinde yapılan paylaşımların söylem analizleri Word dosyasında bir araya getirilecektir. Elde edilen veriler tezin 3.bölümü içerisinde ve analiz kısmında yorumlanacaktır. Word

dosyasında bir araya getirilen bilgiler daha sonra tezin sonunda oluşturulacak ekler kısmına da eklenecektir. Önceden belirlenen başlıklar çerçevesinde yapılan paylaşımlar tablo şekline getirilerek her günün periyodik sayılarına eklenecektir. Her bir sosyal medya aracında yapılan paylaşımın bir aylık süre zarfındaki verileri tablo şeklinde gruplaştırılacaktır. Sonda bir aylık süre içerisindeki tüm paylaşımlar başlıklar ve alt başlıklar çerçevesinde incelendikten sonra genel tabloya yerleştirilecek ve bu paylaşımların analizi yapılacaktır.

Tez araştırması süresince sosyal medya sayfaları üzerinde inceleme yapılırken ilk olarak *Dünya Ahıska Türkleri Birliği* Facebook sayfası ele alınacaktır. Bu sayfanın ele alınmasındaki sebep Ahıska adıyla açılan sosyal medya hesapları içerisinde en çok takipçi sayısına sahip olmasıdır. Sayfa 2013 yılından bu yana faaliyet göstermektedir. *Dünya Ahıska Türkleri Birliği* Facebook sayfası Dünya Ahıska Türkleri Birliği (DATÜB) Avrupa Temsilcisi Burhan Özkoşar tarafından kurulmuş ve son birkaç yıl öncesine kadar DATÜB merkeze bağlı resmi sosyal medya hesabı olma statüsüne sahip olmuştur. Sayfa içerisinde sadece Türkiye'den değil, dünyanın farklı ülke ve şehirlerindeki Ahıskalı Türkler de bulunmaktadır.

Ele alınacak ikinci sayfa ise *Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği* Facebook sayfasıdır. *Dünya Ahıska Türkleri Birliği* Facebook sayfasından farklı olarak bu sayfa yerel sayfa olma niteliği taşımaktadır. Bursa'da yaşayan Ahıskalıların birbiri ile iletişim sağlaması ve DATÜB Türkiye Bursa İl Temsilciliği'nin yaptığı çalışmaların yayımlanması amacıyla kurulmuş bir sayfadır. Bunun dışında takipçilerin Bursa'daki haberleri paylaşabilmesi için kurulmuştur. Sayfada araştırma yapılmasının bir diğer sebebi ise yerel sayfanın analiz edilmesinin hedeflenmesidir.

Tez araştırmasında ele alınan sayfalardan biri de *Dünya Ahıska Türkleri Birliği* resmi Twitter sayfasıdır. Bu sayfa Dünya Ahıska Türkleri Birliği (DATÜB) sosyal medya sorumluları tarafından kurulmuş, daha çok resmi haberlerin paylaşıldığı bir sayfadır. Dünyadaki Ahıskalı Twitter kullanıcılarını bir arada tutmak amacıyla kurulmuştur. Bunun dışında Ahıska Türkleri ile ilgili haberlerin ve paylaşımların kısa sürede Twitter kullanıcıları tarafından takip edilebilmesi ve paylaşılabilmesi amaçlanmaktadır.

Ele alınan bir diğer Twitter sayfası ise “Ahıska”dır. Sayfanın ele alınmasındaki sebep daha çok paylaşımlar yapması ve yapılan paylaşımlara geri bildirimler elde edebilmesidir. Bu sayfanın seçilmesindeki bir diğer sebep ise resmi sayfa ile özel sayfa arasındaki paylaşımlardaki farkı ortaya çıkarmaktır. Sayfa Bizim Ahıska dergisinin kapak fotoğrafını taşımakta ve birçok paylaşımı ile bu dergideki yayınları takipçilere ulaştırmayı amaçlamaktadır.

En son olarak ise *DATÜB Gençlik Kolları* Instagram Sayfası ele alınacaktır. Yapılan araştırmada bu sayfanın Ahıskalı Türklerle ilgili en fazla paylaşım yapan Instagram sayfası olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer taraftan *DATÜB Gençlik Kolları* Instagram Sayfası Ahıskalı toplumun bir kesimini, yani gençliği temsil etmektedir. Bu nedenle sayfada belirlenen başlıklar çerçevesinde yapılan paylaşımların içeriği ilgi uyandırmıştır.

Yukarıda belirtilen sayfalar üzerinde önceden belirtilen başlıklar çerçevesinde takipler gerçekleştirilecektir. Söylem Analizinden yararlanılarak paylaşımların içerikleri çözümlenecektir. Belirtilen başlıklar çerçevesinde elde edilen bilgiler tabloya eklenecektir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. YENİ MEDYA İLE GÖRÜNÜR OLMA, KİMLİK VE ULUS İNŞASINDA YENİ MEDYANIN ROLÜ

İletişim toplumsal bir varlık olan insan için vazgeçilmez bir olgudur. İnsanoğlu, iletişim gereksinimini gidermede medyaya ve topluma yaşam boyu gereksinim duyar. Bu bağlamda, sözel ve sözel olmayan iletişim araçlarının çeşitliliği dikkate alındığında, ilgili gereksinimi gidermede rol oynayan parametrelerden biri de gelişen teknoloji ile birlikte ortaya çıkan ve hızla gelişen "yeni medya" kavramıdır. Özellikle, sosyal ağların her gün artan kullanım sıklığı yeni medya kavramının derinlemesine incelenmesini gerektirmektedir. Bu kavram, kullanıcının kişiliğine ve kullanım amacının çeşitliliğine göre anlam ve uygulama bazında farklılıklar göstermektedir. Bilgisayarla başlayan ve internetle genişleyerek toplumun ve gündelik yaşantımızın bir parçası haline gelen, teknolojinin hızla gelişimi ile uzantıları da hızla çoğalan ve çerçevesi genişleyen örüntüler zinciri "yeni medya" kavramının genişliğini ve dinamikliğini ifade etmektedir.

İlgili örüntüleri anlamada etkin yeni medya araçlarından biri olan sosyal ağların "benlik" ve "kimlik" oluşumunda da etkili olduğu alan yazında vurgulanmaktadır (Cheng ve Guo, 2015: s. 229-241). Sosyal ağ kullanıcıları psikolojik ve sosyal kimliklerini internet ortamında harcadıkları zaman ve etkiledikleri potansiyel takipçi sayısı ile ilişkilendirmektedir. Diğer taraftan kişilerarası ilişkilerin geliştirilmesinde ve yeni kimlik sunumlarının ortaya çıkarılmasında sosyal medyanın aracılığı göze çarpmaktadır. Zaaflar ve yetenekler, kişinin kendisinin kim olduğu, ne olduğu, ne olmak istediği, diğerlerinin kendisini nasıl gördüğü, nasıl görmek istediği gibi sorular benlikle ilgili sorulardır. Kişilik ise, bireyin diğer insanlarla olan benzerlik ve farklılığını gösteren temel özelliklerin bütünüdür (Ertürk ve Eray, 2016, s. 2).

Yirminci yüzyıla damgasını vuran en önemli olgulardan biri kimliktir. Yirminci yüzyılın ortalarına kadar bu kavramla ilgili pek fazla bilgilere rastlanmazken, sonrasında önemli bir teknik kavram haline gelmiş ve vazgeçilmez kültürel anahtar

olmuştur. Sosyal psikolojik analistler ise 1980'lerden itibaren yorumlayıcı bir teknik kavram olarak kimliğe yeni açıdan bakmış, 1980'ler sonrasında sosyoloji içerisinde teknik bir terim olarak kullanılmaya devam etmiştir. İnsanın kim olduğu sorusuna verdiği cevapların içerisinde kültür, çevre, cinsiyet ve inanç gibi birçok özelliği barındıran kimlik kavramı psikolojik ve sosyolojik etkenlerin etkisiyle farklılaşmakta ve yeniden şekillenmektedir (Çetin, 2014: s. 3).

Bireyin doğduğu anda şekillenmeye başlayan "kimlik", kalıtımsal etkenlerin yanı sıra zaman içindeki psikolojik, sosyal ve kültürel etkenlerin etkisi ile oluşur. Bu süreçte bireye doğduğu anda ona verilen ismin dahi etkisi bulunmaktadır. Psiko-sosyo-kültürel açıdan kimlik oluşumunda aile önemli bir rol üstlenir. Birey, aile içerisinde konumlanarak toplumun mikro parçası haline gelir ve kendi kimlik deneyimini geliştirir. Aile içerisinde toplumsallaşmaya doğru ilerleyen aidiyet hissini tanımlamaya başlar. Birey, kendi özgünlüğünü kazanmaya çalışırken, diğer taraftan da kendisine benzeyen diğer bireyleri de araştırmaya yönelir.

Birey, kendi kimliğini ararken bireysel kimliğinden çıkarak onu gözlemleyen ve ona tanınırlık kazandıran sosyal kimliğe, sosyal kimliği içerisinde grup kimliğini araştırırken sosyal kimlikten de çıkarak onu eklemlendiren topluluklara yönelir. Son olarak, sosyal kimlikle birlikte anılarak grup kimliğindeki yerini araştırır, bunun devamında ise birey ortak kültürel ve ulusal kimliğini sorgular. Tüm bu kimliğin araştırma katmanları boyunca birey hem bütünleşmekte, hem de bu kimlik türleri ile çatışmaktadır. Kısacası, birey kendi kimliğinden yola çıkarak sonda yer alan ulusal kimliğine kadar bir araştırma yolu kat etmekte ve bu kimliklerin her birinden geçerken ya bunlarla uzlaşmakta veya kabullenmeyip çatışmaktadır (Evren, 2013: s. 5).

Örneğin, bireysel, ulusal ve kültürel kimliğini kabullenen bir kişi sosyal veya grup kimliğini kabul etmeyebilir veya kısmen kabul edebilir ki, bu da yukarıda belirtildiği gibi ya bütünleşmenin, ya da çatışmanın göstergesidir. Kimliğin kabullenilmesi meselesine gelince, paylaşılan değerler ve normlar tarafından kimlik kontrol edilmekte, bireyler bu normlar ve niteliklere uygun bir şekilde yaşamaya yönlendirilmekte, bunun aksini yapan bireyler ise toplum tarafından dışlanmakta ve damgalanmaktadırlar.

Kimlik, bir değer olarak bireyin bilincine yerleşir ve kişinin temel ihtiyaçlarından biri olarak bireyin toplumun gözünde değerli olmasına destek verir. Kimlik duygusu bireye yaşam felsefesi sunmaktadır. Kimlik, bireyin hayatı

anlamasına destek verir, yaşam felsefesini oluşturmasını sağlar, gelecekle ilgili planlar kurmasında yön gösterir, değerler sisteminin oluşturulmasına ve aidiyet duygusunun gelişmesine imkân sağlar ve bireyin dengeli bir şekilde hayatını devam etmesinde önemli rol oynar. Kendisi ile iç harbinde olan bir birey hiçbir zaman dışarıyla barış kuramaz ve her zaman dışarıyla çatışır, iç harbinde olan birey iç barışı hiçbir zaman sağlayamaz. Kuşat, kimliğin birey için önemini şu şekilde ifade etmiştir: "Ülküler tükenip haz öne geçerse, çarklar ona göre döner. Kimlik, ülkü sahibi olmayı ve ilkeli davranmayı gerektirir"(Kuşat, 2003: s. 55).

Modern kimliğin konumu bireyin kamusal veya mesleği ile ilgili alanlardaki işlevlerinden dolayı oluşmaktadır. Kişinin kim olduğu, onun meslek, aile ve politik özdeşleşmesine bakıldığı zaman değerlendirilir ve ona bir kimlik yapısı biçilirdi. Fakat Postmodern dönemde kimliğe bakış açısı tamamen farklı bir istikamete yön değiştirmiştir. Postmodern kimlik tamamen imajlar ve görseller üzerine kurulu, rol yapmak gibi teatral benliğe sahiptir. Yani, Postmodern dönemde kişiler oyun karakterleri gibi kendi kimliklerini sahnede oynatırlar ve sahte bir kimlikle kuşanırlar. Bununla birlikte, tüketime dayalı boş zaman faaliyetleri çevresinde yeni medya görselliğe üstünlük veren yeni kimlikleri daima dramatik değişimlere açık tutar. Her bireyin karakterinde kimlikler değişken ve parçalanmış, farklı ve alışılmadık yapılara sahiptir (Karaduman, 2007: s. 45).

Medyada yer alan temsiller, günümüzde bireylerin gözlemleyeceği, taklit edeceği ve gördükleri ile kendisini özdeşleştireceği birer sembollerdir. Bu temsiller vasıtasıyla bireyler kendi yaşamlarını anlamlandırmakta, kendilerini tanımlayarak gerçekleştirmektedirler. Bireysel arzuları, hedefleri, zevkleri, düş kırıklıkları, özlemleri bir sözle anlam dünyasını şekillendirmektedir. Yeni medyada yer alan kişisel kimliklerin birçok bileşenleri medyadaki sembolik modellerin kimlik özellikleri ile uyumlu bir şekilde biçimlenmektedir.

Sosyal medyada sunulan olay ve nesnelerin sabit bir anlamı yoktur, sunulan nesnelerin anlamını bireyler kendileri yüklemektedir. Bu anlamlandırmayı gerçek hayattaki kişiliklere uyarladığımız zaman medyanın, özellikle yeni medyanın kimlikler üzerindeki etkisini görebiliriz. Gerçek yaşamdaki birey ve sosyal grupların kim olduğu ve hangi kimlik özelliklerine sahip olduğuna dair bilgileri yeni medyada yer alan temsiller üzerinden öğrendiğimiz ifade edilmektedir (Varol, 2014: s. 301).

Yeni medya kuruluş itibarı ile geleneksel medyanın yerini almayı hedeflememiştir. Fakat geleneksel medyanın süregelen topluma etki yollarını genişletmiş, bilgi akışının daha farklı yollardan sağlanmasına zemin oluşturmuştur. Eğitici rolleri de mevcut olan sosyal medya ağları sadece eğitim için değil, aynı zamanda toplumun eğitiminde ve geliştirilmesinde de etkin olarak kullanılmalıdır. Yeni medya bu yönüyle kullanıldığı zaman topluma daha çok fayda sağlayabilmekte ve aynı zamanda küresel eğitici bir güç haline gelebilme şansı elde etmektedir. Son zamanlarda hem Twitter, hem de Facebook üzerinde yapılan yasal düzenlemeler belki de yeni medyanın bu istikamette yol aldığından haber vermektedir (Cuevas ve Kohle, 2014: s. 358-362).

Yeni medya, web uygulamalarının yeni alanı olmakla birlikte içeriğinde sosyal ağ sitelerini, blogları, podcast ve wikileri barındırmaktadır. Bununla birlikte bireylerin çevrimiçi ve belli konularda birbirileriyle iletişim ve etkileşimde olabilecekleri sanal topluluklardır. Sosyal medya 1997 yılından itibaren kullanılmaya başlanmış, ortaya çıkışı küresel bir olay olmuştur. Günümüze kadar durmadan gelişmiştir. Sosyal medya, kimliklerin sanal oluşturulduğu bir topluluktur. (Yeniçıktı, 2017: s. 113-114).

Sosyal medyanın en önemli özelliği bireylerin kendilerini diğer bireylerden çekinmeden anlatabilmesidir. Bir diğer özelliği ise sosyal medyanın zengin kullanım etkileşimi oluşturmasıdır. Sosyal medya bireylerin kendi kimliklerini sergileyebileceği önemli mecralardan biridir. Yeni medya vasıtasıyla paylaşılan her bir ileti paylaşımcının kimliği hakkında ipucu vermektedir. Yeni medya, kimliklerin toplum tarafından görünürlük çerçevesini açık şekilde tutabilen ve kimliği daha güçlü sunabilmek için sanal olarak hata yapma imkânı veren bir alandır. Birey sanal olarak kimliği ile ilgili yaptığı hatayı kısa sürede silerek ortadan kaldırabilmekte ve gerçek hayattan farklı olarak bu hatalar diğer bireylerin belleğinde derin iz bırakmamaktadır.

1.1. Kimlik İnşası, Önemi ve Gerekliliği

İnsan dünyaya gelir gelmez ilk olarak maruz kaldığı eylemlerden biri birey olarak tanımlanmasıdır. Birey olarak tanımlanma süreci insanın kendisine ait olanın ortaya çıkarılmasından daha çok, bireyin diğeri veya diğerleri ile arasındaki farkın ayırt edilmesidir. Cinsiyeti, adı, soyadı, dini ve dili ile birey belgelenmektedir ve özgün birey yolunda adımlar atmaktadır. Yukarıdaki farklılıklar bireyin özgün olma yolundaki kanıtlarını taşısa da, bireyin yaşadığı toplumun bir ferdi olarak kayıt altına

alınmasına sebep olmaktadır. Maalouf'un ifade ettiği gibi birey sadece nüfus kâğıdında yazıldığı gibi, bir kimlikle sınırlı değildir. Bireyin kimliği birçok öğeden ibarettir. Bunlardan biri de bireyin benliğidir, psikoloji benlik kavramı ile kimliği ilişkilendirmektedir. Bir kültürün içerisinde doğan birey bu kültüre bağlılık gösterir. Yani kimlik bu kültür vasıtasıyla sergilenir (Şimşek, 2002: s. 32-36).

Kimlik kavramı içerisinde ve kimliğin tanımında diğer bireyin kimliği önemli yere sahiptir. Birey kendilik bilincini tanımak için diğerinin kimliğini karşıya koymalıdır. Arzulayan bilinç olarak diğerini inkâr ettiği zaman ancak kendilik bilinci olarak var olabilir. Konuyu özetlersek, kimlik olgusu günümüzde birçok niteliğin arasından simge, değer sistemi başta olmakla sayısız olgularla oluşmaktadır. Birey kendi bireysel kimliğini oluştururken birçok dış kimlik olguları arasından hem kendi benliğini süzgeçten geçirmeli hem de süzgeçten geçirdiği kimliğini kendi çevresi ve toplumun değer yargılarına göre ayarlamalıdır. Bireysel kimliğin kişiye özel oluşunun nedeni de budur.

Modernizmde kimlik anlayışı toplumun sorunu olarak ortaya çıkmaktadır ve daha çok idealize edilmiş, monist (bircilik, tekçilik) bir kimlik anlayışına sahiptir. Cemaat yaşamının gelenekselliğinden kurtularak modern yaşama geçişle birlikte toplum içerisindeki insanın konumu da radikal bir şekilde değişmiştir. Geleneksel toplumda hazır kimliği ile doğan birey yaşamı boyunca kendisine aşiret içerisinde veya toplum içerisinde biçilen hazır bir kimlikle yaşamaktaydı. Fakat modernizmle birlikte geleneksel kimlik biçimleri tamamen yıkılmış ve birey kendi kimliğini üretmek mecburiyetinde bırakılmıştır. Bunun neticesinde de modern toplumlarda kimlik sorunlarına daha sık rastlanmaktadır. Çünkü modern birey geleneksel toplumlardan farklı olarak kendisine biçilen doğal kimlik bağlarından tamamen koparılmıştır (Karakaş, 2007: s. 50-54).

Gelişimin temel özelliklerinden biri de kimlik arayışıdır. Kimlik, "ben kimim?" sorusuna verilmiş cevabın yanıtıdır. Bedensel yapımızla ilgili olduğu gibi duyusal yapımız, inanç, cinsiyet, ırk, yaş ve statü ile de ilintilidir. Toplumsal konumumuz ve başkalarının bizi algılayışı ile bireyin kimliği şekillenmektedir. Psikososyal gelişim kuramını geliştiren ve "kimlik krizi" kavramını ortaya atan Erik Erikson'a göre birey, ergenlik-kimlik bunalımı döneminde kendi kimlik kazanma sorununu ne kadar çabuk atlatabilirse ve çözüme kavuşturabilirse, o kadar kendine güveni olur ve yaşamını kendinden emin bir şekilde devam ettirebilir. Benlik duygusunun kazanılmasında

kimlik yardımcı bir unsur olarak görülür. Bireyin elde ettiği kimlik onun benlik duygusunun kazanılmasına destek vermektedir. Kimliğini daha sağlam çerçeveye oturtarak benlik duygusunu güçlendiren birey başarılı olmak için de kendisini güdüler ve başarıyı elde eder (Aşkın, 2007: s. 27). Yaşamı boyunca ortaya çıkacak zorluklarla daha kolay bir şekilde baş edebilir. Kimlikle aynı anda benliği düşük olan kişilerde kendi kabiliyetlerine güven zamanla azalır ve sonunda birey tamamen her şeyden çekingen hale gelir ve korkak bireye çevrilirler. Kimliğini çerçeveye oturtamayan birey her zaman kendisini mutsuz hisseder, her türlü olumsuzluklardan mutsuzluk duyar ve giderek zorluklarla baş etme direnci düşer. Kendilerini huzursuz hissettikleri ortamı değiştirme gibi rasyonel bir planı olmaz ve düştükleri durumdan çıkma gibi gayretleri olmaz. Günümüzde birçok toplumda kimlik sorunu yaşayan kişilerin çıkardıkları zorluklarla karşılaşılmaktadır. Çünkü kimlik sorunu yaşayan kişiler kendi kimliklerini ispatlamak için demokratik yolları bırakarak kendilerine alternatif yol olan illegal oluşumlara yönelmekte ve topluma sorun çıkarmaktadırlar (Kuşat, 2003: s. 45-61).

Benlikten yola çıkarak kimliğin gerekliliğine vurgu yaparsak, kimliğin dış etkileşimi merkeze aldığını ve ötekinin bakış açısını içselleştirdiğini görebiliriz. Fakat ötekine karşı dirençli olması için, kimlik güçlü olmalı ve ötekinin etkisi altında esneklik sergilememelidir. Aksi takdirde benliği nüve olarak kabul eden kimlik ötekinin etkisi altında farklı kimliğin temsilcisi haline gelir. Kısacası, birey başkasının beynini kendi kafatasına yerleştirmiş bir birey olur. Özcü anlayışlar benliği "kimliğin az çok aynı kalan eşsiz bir nüvesi" olduğunu savunuyordu. Fakat psikanalitik ve sosyolojik teoriler ise vurguyu daha çok kurulmuş ve yaratılmış kimlik karakterlerine yapmıştır.

Amin Maalouf kimliği (Maalouf, 2016: s. 13) "*Beni başka hiç kimseye benzemez yapan şey*" olarak tanımlamıştır. Bu nedenle kimlik belirli nitelikleri sağlayan bireyin kim olduğuna dair birkaç soruya aynı anda cevap verebilen bir olgudur. Kimliğin dışa yönelik açılımında ise sosyal kimliğimize dikkat etmek gereklidir. Sosyal kimlik ise, diğerleri karşısında nasıl algılandığımız, nasıl göründüğümüz ve nasıl davranacağımıza bağlı bir şekilde oluşmaktadır. Kimlik sadece sosyolojik olarak incelenmemekte, uluslararası literatürde de geniş bir şekilde ele alınmaktadır. Günümüzde kimlik siyasal pozisyonların yön değiştirmesinde, stratejik adımların

atılmasında ve uluslar içerisindeki aktörlerle sağlanacak iletişimde büyük öneme sahiptir (Karakaş, 2007: s. 50-54).

Kimlikten bahsederken söylenmesi gerekenlerden biri de kişiliktir. Bireyi tanımlarken her ne kadar onun kimliğinden bahsedilse de kişilik onun iç yaşamıdır, kendiliğidir. Kişilik bireyle birlikte doğar, onunla birlikte de ölür. Kimlik ise bireyin kendisi tarafından oluşturularak sunulan özelliktir. Kişilik, sürekli etkileşim içerisinde olarak bireysel ve toplumsal tarihi içermektedir.

19.yüzyıl milliyetçilik çağı olarak anılmaktadır. Milliyetçiliğin toplumlar ve Uluslar üzerinde oynadığı rolün etkisi ile başta Avrupa olmak üzere dünyanın farklı noktalarında haritalar yeniden çizilmeye başlamıştır. Fakat birçok düşünür 21.yüzyılda milliyetçiliğin giderek azalacağını ve milliyetçilik ateşinin söneceğini ifade etmektedir. Buna sebep olarak endüstrileşmenin ve küreselleşmenin tektipleştirici etkisini ve uluslararası oluşumların gelişmesini gösterilmektedir. Kapitalist dönüşümlerin temel parametreleri içerisinde ulusal kimlik ve milliyetçilik kavramları da yer almıştır. Ulusal kimlik ve ulus – devlet kavramları kapitalizm içerisinde önemli yere sahiptir. Bu nedenle ulusal yurttaşlığın batı kapitalizmine büyük desteği olmakla birlikte batıda kapitalizmin gelişmesi ile paralel tarihe sahiptir (Sarıbay, 1992: s. 92).

1.1.1. Kimliğin Tanımı, Ulus ve Kimlik

Freud`a göre kimlik, psikodinamik kuram açısından, bireyin yabancı nesneleri veya kişileri özümsemesi ya da özdeşleştirmesi ile başlayan bir sürecin sonucunda oluşur. Bir diğer açıdan konuya bakan Erikson bireyle toplum arasında ilişki kurarak, kimliği bireyin özünde ve aynı zamanda komünal (kapalı, iç) kültürünün öznesinde yerleşmiş süreç olarak görmüştür. Kimlik aslında bireysel bir olgudur ve insan kimliği sosyal bir kimlik olarak tanımlamaktadır. Bireysel kimliğin oluşumunda toplumun etkileri büyüktür. Bu etkiler sıralamasında ulusal, ekonomik, kültürel, değer kalıpları ve davranışlar, o cümleden kolektif semboller yapay bir kimliğin oluşumunu teşvik ederek bireyi diğer bireylerden farklılaştırmaktadır (Aşkın, 2007: s. 27).

"İdeal kendilik" ile "gerçek kendilik" arasında farklılık olduğu zaman benlik çatışması ortaya çıkar (Maalouf, 2016: s. 13). Bu yüzden, birey ideal benliği ile mi veya gerçek benliği ile mi hareket edeceğine karar vermelidir. Bireyin bu kararını onu oluşturacak ortamlar çeşitli etkenlerle yönlendirmektedir. Birey kendisi ile ilgili bilgi

edinmek için başkalarının davranışlarını, düşünce ve görüşlerini kenardan izleyerek kendisiyle kıyaslamakla sosyal karşılaştırma yapmaktadır.

Kimlik kavramının cevabı birey ya da gruplarda; "ben kimim?" ve "biz kimiz?" sorularına verdiği cevapların içerisinde gizlenmiştir. Verilen bu cevaplarda kimlik kavramının disiplinler arası niteliği ön plana çıkarılmaktadır. Bununla birlikte, kimlik kavramının tanımlanması için geliştirilen yaklaşımlarla ilgili de ipucu vermektedir. Kimlik kavramına nesnel olarak yaklaşımlar coğrafi keşifler zamanına tekabül etmektedir. Coğrafi keşifler zamanında kültür ve kimlik farklılıklarına dikkat artmış ve bu farklılıkların açıklanmasına yönelik yeni fikirler ortaya çıkmıştır. Böylece, kimlik kavramına sistematik açıdan yaklaşılarak disiplinleştirilmesine ve çerçevelendirilmesine başlanmıştır. İlerleyen yıllarda kimlik kavramına psikolojik ve sosyolojik yaklaşımlar ortaya konulmuştur. Psikolojik yaklaşımda çocukluğumuzda ne isek aynı kişiliğin devam ettiği savunulmuştur. Sosyolojik yaklaşımda kimliğin sonradan donatıldığı ve ötekinin bakışı ile oluşturulduğu söylenmiştir (Bayri, 2008: s. 4-5).

Toplumun içerisinde belirli bir grubun yaşam tarzı ile özdeşleşen birey, bu kalıp davranışlarını kendi kişiliği ile bütünleştirir ve belirli bir kimliği oluşturmuş olur. Bireyin kimliğinin oluşum süreci uzun bir zaman alır. Kimliğin oluşumu değişken süreçte meydana gelir. Kimliği tanımladığımız zaman kullandığımız bitmemişlik, tamamlanmamışlık gibi kelimeler kimliğin süreklilik arz ettiğini göstermektedir. Birey, kendi kimliğini pekiştirmek, tanıtmak ve doğrulamak için öteki kimlikleri dışlamaktadır. Yani, farklılıkları ötekileştirmektedir. Kimliğin öznesi olan "*ben*" in vazgeçilmezi ötekidir. Beni ben yapan ötekidir. Kimlikler zaman, şart ve yere göre farklılıklarla şekillenmektedir. XVII. yüzyıl insanının kimliği ile günümüz insanının kimliği aynı değildir. Benzer şekilde, savaşın olduğu bir ülkede doğup büyüyen birey ile yüzyıllardır hiç savaş görmemiş bir ülkede doğup büyüyen bireyin kimliği ya da Avrupa'da yaşayan birey ile Afrika'da yaşayan birey arasındaki kimliklerde yaşanmışlıkların ve kültürel farklılıkların etkili olduğu kimlik farklılıkları mevcuttur.

Taylor, kimlik kavramının modernizmin bir icadı olduğunu ileri sürmüştür. Eşitlik ve otantiklik gibi modernizmin ideallerinin olduğu bir birey tasarımı inşa edildiğini ifade etmiştir. Birey anlayışının temelindeki dönüşüm, günümüz kimlik sorunu faktörünün önemli esasıdır. Fakat günümüz kimlik sorunu sadece tanınma kavramı çerçevesinde tartışılmaktadır. Taylor, kimlikten bahsederken, insanın

hayallerini, arzularını ve düşüncelerini belirleyen bir çerçeve olduğunu ifade etmiştir. Bu nedenle kimlik, siyasi bir meseleden önce ahlâki bir konu olarak bilinmelidir. Kimliğin kavram olarak siyaset bilimine nasıl dâhil olduğu konusunda araştırma yapılırken ilk önce ahlâki tasarımların tarih içerisinde geçirdiği değişim incelenmelidir (Oralgül, 2014: s. 11).

Müşterek olarak kabul edilen değerler milletlerin fertleri arasında da milli birliği sağlamaktadır. Milli benlik, milli kişilik, milli kimlik gibi kendi özünü kaybetmeyen değerler yoğrularak sentez halinde milletleşmeyi doğurmaktadır. Yukarıda belirtilen ortak değerleri bilinç haline getirdikleri zaman bir toplum "millet" olarak kabul edilir. Millet olarak var olma yolundaki mücadelelerini sonsuza dek devam ettirebilirler. Oysaki bu değerleri kaybeden toplumlar millet olmaktan çıkarak bir "sürü" haline gelirler.

Ulusal kurtuluş mücadeleleri, feminizm, cemaatçilik gibi hareketlerde kimlik vazgeçilmez bir kavram olarak kullanılmaktadır. Kimlik kuramı bir siyaset bilimi kavramı olarak XX. yüzyılın sonlarına doğru etkili bir şekilde kullanılmaya başlanılmıştır. Ancak ulus devlet düşüncesinin başlangıcına kadar tarihi uzanmakta, milliyetçiliği içinde bulundurmaktadır. Siyaset tartışmalarının da önemli konularından biri olan kimliğin nesnel olarak birçok görüşü mevcuttur. Çağcıl toplumlar giderek çok kimlikli bir yapı sergilemektedir. Hem çatışmalar, hem de uyum sağlama istikametinde toplumun birçok kimliğe sahip olması kimliğin çetrefilli bir soruna çevrilmesine neden olmuştur. Kimliğin bireyler için ne kadar önemli olduğu, ne anlama geldiği sorularının altında bu karmaşadan çıkabilmenin yolu gizlenmiştir (Oralgül, 2014: s. 4-5).

Dünya, uluslara bölünmüştür ve devletlerin oluşumunda kilit rol oynayan ulus, kendini ötekilerden eşsiz kılan ortak tarihe, kültüre ve milli kimlik duygusuna sahiptir. Bireyler toplulukta ulusa aittirler ve bu ulusa bağlılık bireyin diğer tüm bağlılıklarını bastırır. Sosyal ve politik gücün tek yasal kaynağı ulustur. Bu yüzden devletlerin gelişmesinde teknik olanaklar ne kadar güçlü bir role sahipse, ulusun devlete bağlılığı da bir o kadar önemlidir. Kolektif kültürel kimliğin bir türü olan ulusal kimliğin oluşumu için, yani ulusçuluğun ortaya çıkması için aşağıdaki olanakların mevcut olması gerekir: (1) Ortak tarihi yurda ve ülkeye sahip olmak, (2) ortak toplumsal hafızaya ve mitlere sahip olmak, (3) kitlesel olarak ortak kamu kültürünü oluşturmuş olmak, (4) tüm fertleri içeren ortak yasal haklara ve görevlere sahip olmak, toplulukta

yer alan her bireyin serbest şekilde hareket edebileceği ortak alana ve ekonomiye sahip olmak, yani ekonomik haklardan da ortak hak çerçevesinde yararlanabilmek. Tüm bu gösterilen olanaklar vasıtasıyla ulusçuluk oluşturulmaktadır. Devletin temel taşı olan ulusun bu hakları devletin yasalarında yer almaktadır (Şimşek, 2007: s. 194).

Kimlik önceden belirlenmeyen özel bir yapıya sahip değildir. Kimlikler bireyler tarafından seçilebilmekte, kimliği oluşturan öğeler değiştirilebilmekte ve birleştirilebilmektedir. Birey ve toplum arasındaki etkileşim kimlikler vasıtasıyla oluşturulmakta ve birbirleri üzerindeki etkileri doğrultusunda kimliğin, toplumsal yapılarda yeniden üretimi sağlanmaktadır. Bu durumda kimliğin toplumsal oluşumunda özerk strateji uygulanır diyebiliriz. Kimlik, bireyin kendisine sorulan "sen kimsin" sorusuna verilen yanıttır. Kişinin kendisini tanımlamasıdır. Erik Fromm ise kimlik tanımında sosyal boyutun da önemli olduğunu varsaymaktadır. Bununla birlikte, Fromm kişinin diğer gruplarla, kenardaki kişilerle özdeşleşmesi yolu ile elde ettiği birey olma duygusunun kimliği oluşturduğunu ifade etmektedir (Bayri, 2008: s. 5).

Sosyal bilimlerde bireyin kimliğini oluşturmasında kültürün önemli yere sahip olduğu kaydedilmektedir. Dünyada nasıl bir insan olacağımıza ilişkin iç görüyü kültürün sağladığı belirtilmektedir. Kültür, amaçlarımızın ne olduğuna, yaşam içeriğimizin ne olduğuna ve diğerleri ile nasıl bir davranış biçiminde olmamız gerektiğine dair bize yol gösteren bir olgudur. Kültürel kimlik toplumların hayatta kalmasına da destek vermiştir. Şöyle ki, bazı toplumların tarih sayfasından silinmemesinin nedenlerinden biri kültürel kimliktir. Kültürel kimlik hem bireyin toplumsallığında hem de kişiliğinde saklıdır (Bilgin ve Oksal, 2018: s. 85).

Postmodern anlayışta kimlik bir blok halinde değildir. Kimlik geniş ilişkiler ve parçalı sistem içerisinde biçimlenmektedir. Milli kimlik inşa ederken temel kavrayış olarak ortaya çıkan milliyetçilik de parçalı durumun örneğidir. Günümüz toplumları çok etniklidir, yani çokulusludur. Bu nedenle modern dünyamızda bütün niteliği taşıyan, bölünmemiş milli kimlikten bahsetmek mümkün değildir. Amin Maalouf milliyetçiliğin bütünlüğünden bahsederken etnik tanımlanma düzlemlerinde değişiklik olduğunu ve çeşitlenmenin giderek arttığını belirtmiştir (Maalouf, 2016: s. 13-17). Maalouf milliyetçiliğin zamana göre de değişiklik sergilediğini ifade etmiştir. Eski Yugoslavya'nın parçalanmasından sonra ortaya çıkan ülkelerden biri olan Bosna Hersekli biri 50 yıl önce kendisini Yugoslavyalı olarak tanıtsa da, hazırda bu ülke

isminin bile bu kişide nefret hissi uyandırabileceğinden bahsetmektedir (Deveci, 2015: s. 119-122).

Bu durum Ahıskalı Türklerde de mevcuttur. 1991 yılı öncesinde bir Ahıskalı Sovyetler dışına çıkarsa kendisini Sovyet insanı olarak tanıtmaktaydı. Fakat bugün Ahıskalılar bu birliğin adını bile anmakta zorlanmaktadırlar. Sovyetler döneminde ve günümüzde Ahıskalıların ulusa bakışı açısında değişmeyen tek şey Türkçülüktür. Bu da ilk önce Türk kültürü ve kimliğini kendilerince benimsemelerinden ileri gelmektedir. Bunun dışında tüm faciaları Türk oldukları için yaşadıklarını toplum olarak kabullenmektedirler.

Milliyetçilik, bir ideoloji olarak siyasal rejimlere, ekonomiye, toplumsal yapılara uyarlanarak zamana ve mekâna göre değişen dayanıklı bir yapıya sahiptir. Belli olguları zamana ve yere göre temel alarak varlığını sürdüren milliyetçilik Smith'e göre rengini bağlamından alan bukalemunvari bir yapıya sahiptir. Milliyetçilik şekil değiştirmeye müsait bir inanç olarak sonsuz sayıda değiştirilebilmektedir. (Smith, 2004: s. 129). Tarihsel konjonktüre bağlı olarak milliyetçi hareketlerin toplumsal bileşimi değişkendir. Günümüzde ise çeşitli gruplara en iyi şekilde hitap edebilecek söylemleri geliştiren ve gerçekleştiren milliyetçilik ve ideolojidir. Modern çağın başlarından itibaren milliyetçilik canlı bir tohum olarak aniden ortaya çıkmıştır. Ulusçuluk ulusal devletin dini haline gelerek geride bıraktığımız yüzyılda zehirleme gücünü en yükseğe çıkarmıştır (Paz, 2000: s. 189).

Globalleşen dünyamızda etnik kimlik giderek radikalleşmekte ve etnik milliyetçiliğe sarkmaktadır. Radikalleşen etnik kimlik politik argümanları da içerisine alarak geliştirmekte ve ulusal düzeyde büyük kaoslara yol açmaya başlamaktadır. Milliyetçilik çelişkili çifte karaktere sahiptir. Bir yandan ulus- devletin ideolojisi olarak birleştirici bir işleve sahip olsa da, diğer taraftan ulus-devlet kurmak isteyen etnik grupların ideolojilerini de parçalamaktadır. Kısacası milliyetçilik ulus –devlet bağı içerisinde hem birleştirici, hem de ayrıştırıcı bir yapıya sahiptir. Bu nedenle günümüzde birçok toplumda etnik ve dinsel alt kimlikler bazen dağılma, bazen ise ayrılma ile sonuçlanan çatışmalara neden olmaktadır.

Milli kimlik ve ulus- devlet farklılıkları günümüzde erozyona uğramaktadır. Tarih sahnesinden ulus – devletin aniden silineceği fikri büyük yanılgı doğurmaktadır. Ulus devletler çağı küreselleşme ile birlikte gerilemeye devam ettikçe, radikal ırkçılık tarafından ulusal kimliğin yönlendirilmesi çok tehlikeli ve savunmacı bir biçime

dönüşmektedir (Hall, 1998: s. 47). Küreselleşme ile yerelleşme arasında kültürel anlamda ciddi bir çekişme mevcuttur. Birçok kurulu olan toplumun dağılmasına neden olan küreselleşme, diğer yandan kimliklerin ve yerel bağlılıkların güçlenmesine de destek vermektedir. Ayrılıkçı etnik hareketler küreselleşmeye karşı atılan adımlar olarak değerlendirilmektedir. Küreselleşmenin milliyetçiliği sosyal – siyasal hayatı dönüştürücü etkisi ile bitireceği beklentisi karşılığını bulmamaktadır. Bunun aksine küreselleşme giderek milliyetçiliğin homojenleştirici yapısını çözerek mikromilliyetçiliğe destek vermektedir. Milliyetçilik milletin bütünlüğü kaybından duyulan kaygıyı karşıt olarak daha da arttırmaktadır (Selçuk, 2012: s. 130-132).

Değer, ulusal düşünce ve kurumlar üzerinde küreselleşmenin oluşturduğu değişim giderek milliyetçiliğin küreselleşme karşıtı bir yol almasına neden olmaktadır. Liberal ve demokratik içeriklerini kaybeden klasik modern milliyetçilik tepkici, dar ve komplocu teorilerden beslenmeye başlamıştır. Milliyetçi hareketler manipülasyon tutumlarını ileri sürerek kurtuluş söylemlerini yeniden ortaya atmakta ve inşa etmektedirler. Yeni tarih giderek yeniden daha seküler ve katı milliyetçilik tonlarına girmektedir.

Toplum ulusal kimliğini koruyarak gelecek açısından var olma mücadelesine destek vermektedir. İdeolojik olarak milliyetçilik ulusla devlet arasında bağ kurarak iktidarın yeniden üretilmesine destek sağlamaktadır. Aynı zamanda, milliyetçilik ideoloji olarak siyasal çıkarlar ile söylem arasındaki konjoktürü de ifade etmektedir. Ulus devlet ilişkilerinin giderek güçlenmesi milliyetçilik teriminin giderek daha fazla kullanılmasına olanak sağlamaktadır (Eagleton, 1996: s. 304-306).

1.1.2. Kimlik İnşasında Önemli Faktörler

Kimlik, geçmişte yaşananların ve gelecekte yaşanacakların izlerini yaşatmaktadır. Bu özelliği ile kimlik, sabit bir durağı oluşturmamaktadır. Sürekliliği ile kendisini var etmektedir. Sürekliliğini korumak suretiyle değişimle de bağlantılıdır. Zaman ve mekânın koşulları içerisinde kimlik kendini biçimlendiren bir olgu olarak da ortaya çıkmaktadır. Kimliğin işlevleri de tanımlamalarının yanında önemli yere sahiptir. Kimliğin ilk işlevi bireyin kim olduğuna dair sorunun cevabını vermektir.

Yani birinin kim olduğunu anlamaya yönelik bir yapı sağlamaktadır (Varol, 2014: s. 310).

Kimliğin ikinci işlevi taşıdığı değerler, bağlılıklar ve hedefleridir. Bağlılık, hedef ve taşıdığı değerler vasıtasıyla bireyin kimliğine dair yön vermekte ve anlam yüklemektedir. Kimliğin üçüncü işlevi bireye kendisini kontrol etme ve iradesini hür şekilde ifade etme duygusu vermesidir. Bireyin sahip olduğu değerler, bağlılıklar ve inançlara uyum sağlama kimliğin dördüncü işlevinde yer almaktadır. Beşinci, sonuncu kimlik işlevi ise, gelecekle bağlantılıdır. Gelecekteki olasılıkların çerçevelendirilmesi ve biçimlendirilmesinde ortaya çıkacak potansiyelin, farklı tercihlerin farkına varma gibi yetenekler beşinci işlevde kendini göstermektedir. Diğer bir deyişle, kimliğin sonuncu işlevinde kişinin gelecekle ilgili öngörülen hareketleri önceden değerlendirebilmesi ve alternatif yollar arayarak geleceği biçimlendirmesi yer almaktadır (Çetin, 2014: s. 4). Kimlik edinme sürecinde medyanın etkisinin de olduğu, birçok araştırma yöntemleri ile ortaya konulmuştur. Bandura'nın sosyal öğrenme kuramına göre, model alma sürecinde bireyler medyadan elde ettikleri kimlik özelliklerine dair bilgileri hafızaya alarak ve ihtiyaç olduğu zaman çağırarak kullanmaktadır. Başka bir deyişle medya kimlik özelliklerine dair simge ve kodları topluma aktarabilmekte, toplumsal belleğe yerleşen bilgiler ise toplumun bireyleri tarafından zamanla kullanılarak kimliklerin şekillenmesine neden olmaktadır (Varol, 2014: s. 301- 313). Kimlik bir kişinin insan olarak varlığının merkezidir. Bireyin kimliği, onun kendisini nasıl tanımladığı ile ilgilidir. Kimlik yaratılmış bir biçimde gösterilemez ve tanımlanamaz. Kimliği her zaman diğerleri ile kıyaslayarak ele alırız ve asla bireyin kimliği yalıtılmış bir biçimde sergilenemez. Varoluşun ve ait olmanın tanımıdır kimlik. Fakat bireyin kimliği hakkında konuşurken tanımlayıcı ve tanımlanan kimlikten de bahsetmek gerekir. Birey kendisini tanımlarken kendisi hakkında "*ben*" ifadesi kullanıyorken, toplum için birey "*bir diğeri"* olarak tanımlanmaktadır. Doğumdan itibaren diğerleri tarafından korunan ve etki sayesinde değişen kimliklere ilk dokunan aile olur. Anne, bir kimlik için ilk ayna rolünü oynar. Ailenin içerisindeki diğer fertlerin de kimliğin oluşumuna etkileri kaçınılmazdır. Bu etkilerin devamında ise sosyal tesir gücü olan etmenler sıralanır. Din, tarih veya kültür gibi etmenler bireyin kimliğinin oluşumunda ayna rolü oynayarak kişiliği, karakteri etkiler. Kısacası bireyin kendi kimliği hakkındaki düşünceleri toplumsal yaşantısı ile

biçimlenir. Daha sonra ise bireyin kendisi hakkındaki düşünceleri, diğerlerinin onun hakkındaki düşünceleri ile örtüşür ve benzerlik gösterir.

Milletlerin tarihinde öyle olaylar vardır ki, üzerinden yüzyıllar geçse bile unutulmaz, milli hafızaya kazınarak varlığı gelecek nesillere aktarılır. Bu olaylar asırlar geçse bile bir gün yazıya dökülerek destan olur, yeniden milli hafızalarda canlandırılır. Geçmişteki parlak dönemin farkına vararak içinde bulunduğu zor durumun üstesinden gelmeye çalışanlar bu ağır ve sıkıntılı havayı yazılı metin halinde ifade ederler. Birey olarak yazar ve şairlerin geçmişle ilgili kaleme aldıkları yazılarını millet olarak halk benimser ve yüceltir. Destan, mit ve diğer ürünler vasıtasıyla yeniden bir kimlik inşası süreci başlatılır. Yazar ve şairlerin eserleri sayesinde hem milli kimlik yeniden kurgulanır, hem de geçmişte yaşanan acılar hafifletilir. Bu nedenle yazarlar "*Yalnızlığa itilen toplumun vicdanı*" olarak tabir edilir (Çetin, 2014: s. 4). Millet olma vasfını topluma kazandıran değerlerden birisi de edebiyattır. Dünü bugüne, bugünü geleceğe bağlayan en etkili yollardan biridir. Kültürel kimliğin yeniden inşası bağlamında değerlendirdiğimiz zaman, edebiyat milli kimliğin, milli şuurun, milli kültürün temellerinin gösterildiği bir dayanaktır. Bellek mekânları kişinin varlığını devam ettirmesini ve yeniden ayağa kalkmasını sağlayan, çevresini anlamlandıran alanlardır. İnsanların ürünü olduğu kadar, aslında insanlar da mekânların bir ürünüdür. Mitler, destanlar, efsaneler ise, kişilerin tarih içerisindeki yerini anlamlandırdığı kültürel bellek mekânlarıdır.

Bireylerin milletleşme aşamasını sağlayan unsurlardan biri de kültürdür. Bu unsurlar aynı zamanda toplumun milli kimliğe sahip olmasını sağlar. Toplumun veya bireyin milli kültürü, o toplumu veya bireyi farklılaştıran, diğer benzerlerinden ayırt eden özelliklerden biridir. Bu varsayımla yola çıkarsak kültürün milletlerin ve bireyin kimliğinde önemli yere sahip olduğunu, toplumun ayakta duruşunu sağlayan etmenlerden biri olduğunu ifade edebiliriz. Kimlik, geleceğe yön verme ve zorlukları aşmak için bireye dayanma gücü kazandıran temel nedendir (Çonoğlu, 2014: s. 147-168). Birey aynı zamanda birçok kimliğe sahip olabilir. Bu kimlikler hem birbiriyle yarış içerisinde olabilir, hem de çatışabilir. Ancak bu kimlikler arasında sürekli değişim gerçekleşmektedir. Kimlikler arasındaki bu hiyerarşi bireyin yaşamı boyunca onunla birlikte yaşar ve daimi kimliğinin gelişmesine ve yenilenmesine neden olur. Zamanla kişinin kimlik arayışındaki izlek değişmekte ve farklılık sergilemektedir. Modernleşme sürecinde bireyin kendi kimliğini arayışı "ucu bucağı gözükmeyen bir

çölde kutsal tapınağını arayan kişi" metaforuna benzetilmekteydi. Günümüzde ise insanların kimlik arayışı istediği bir kente seyahat etmek isteyen bir turiste benzetilir. Çünkü hâlihazırda kimliklere kolay bir şekilde ulaşılabilmekte ve istenildiği zaman değiştirilebilmektedir. Bireyler artık onlara verili olan sabit bir kimliğe bağlı kalmamakta, sürekli değişebilen kimliğin seçeneklerini açık tutmakla kimliğin hegemonyasından kurtulmaktadırlar (Şimşek, 2002: s. 31).

Kimliğin yaratıcı unsurlarından biri de benlik kavramıdır. Eğer birey benliğinin bilincinde olursa kendi kimliğinin de bilincinde olur. Bireyi diğerlerinden ayıran gereksinimlerden biri kendini tanımasıdır. Lacan'a göre kimliğin ortaya çıkarılmasında ayna aşamasının önemli yeri vardır. Şöyle ki, bir çocuk kendisini ilk tanımlarken aynadaki yansımaya göre benliğini biçimlendirir, bu sembolik matristir. Birey çocukluğunda aynadan elde ettiği yansıma işlevini daha sonraki yıllarda toplumun diğer kişilerinin değerlendirmesinden elde etmektedir. Kimliğin oluşmasında bebeklikte gösterilen ilgi, ihtiyaçların giderilmesi, sevginin ne kadar elde edilmesi gibi duygular vazgeçilmez role sahiptir. Kimlik inşa edilirken sadece bireyin tercihlerine önem verilmez, toplumun yönlendirmesi de önemli yere sahiptir. Birey doğduğu toplumun özelliklerini içselleştirir ve bu içselleştirme daha sonra onun güvende hissetmesini sağlar. Ancak bu içselleştirme daha sonra farklılıkları da öne çıkarır. Bu durum kimliğin inşa sürecine *çatışma, uyum ve aynılık* olarak dâhil olur (Çetin, 2014: s. 4).

Toplum bilincinin oluşmasında milliyetçilik büyük öneme sahiptir. Milliyetçilikte ise sosyal yapının önemi vardır. Toplumsallaşma biçimlerinde görünür olan ilişkilerin toplum kimliğinin tasarlanmasında ve milliyetçiliğe dönüşmesinde etkisi mevcuttur. Örneğin Kürt milliyetçiliğinde toplumsal olarak insanları bir araya getiren örgütsel biçimlerden biri Mirliklerdir. Melik veya Bey olarak da bilinen bu toplumu idare etme yönteminin Bitlis, Ardahan, Hakkâri ve diğer Mirliklerinin mevcut olduğu bilinmektedir. Milliyetçiliğin kökeninde yer alan diğer önemli mitlerden biri de etnik kökendir. Milliyetçiliğin kökeninde ortak kimliğe ve soya inancın olması gereklidir. Milliyetçilik dil ile birlikte etnik kökeni de birleştirerek ulusların oluşumunda hayati öneme sahip olmaktadır. Kürtlerin etnik kökeninin oluşum süreci ile ilgili ise net bilgi vermek mümkün değildir. Bu sorun sadece Kürtlerle ilgili değildir. Bir araştırmacı için bir milletin soyunu araştırmak tarihi köklere inmek

anlamına gelmektedir. Bu da çok uzun süreli ve kapsamlı araştırma gerektirmektedir (Deveci, 2015: s. 154-166).

Kökenin milliyetçiliğin oluşmasında önemli rol oynadığını ve araştırılmasının zor olduğunu vurgulamıştık. Ahıskalı Türklerde de milliyetçilik konusunda soya ve dile dayanan bağlılık mevcuttur. Ahıskalıların yaşadıkları bölgeye tarih boyunca farklı coğrafyalardan göçler olmuştur. Göçler genellikle Anadolu'dan olduğu için Ahıskalılar göçmen toplulukların da Türk olduğuna inanmaktadırlar. Kısacası yerel halkın da (Ahıska bölgesinde yaşayan, hiç göç etmemiş toplumlar), göçmenlerin de Türk olduğuna inanç vardır ve bu durum toplumun içerisinde şüphesiz Türk kimliğinin hâkim olduğunu inancını oluşturmaktadır. Bir diğer yandan Ahıskalılarda sadece Türklük değil Müslüman kimliği bilinci de hâkim olduğu Ahıskalılar kendilerini Müslüman – Türk milliyetçiliği ile tanıtmaktadırlar. Din Ahıskalılarda milliyetçiliğin içerisine girerek Ahıskalıların millet kavramlarının oluşmasında dilden sonra ikinci köken olarak kabul edilmektedir (Deveci, 2015: s. 119-122).

1.1.3. Bireyin Kimliğe Duyduğu İhtiyaç

Bireyin kimliğe duyduğu ihtiyacın temelinde takdir edilme, özerklik kazanma, çevresini kontrol edebilme, bütünleşme, farklılaşma ve bireyleşme gibi önemli istekler mevcuttur. Marcia'ya göre, keşiflerden doğan kimlik, bireyin kendini ve çevresini araştırması ile gelişir. Keşfettikleri ile iletişim kuran birey kendi kimliğinin gelişmesini sağlamaktadır (Evren, 2013: s. 21).

Psikolojik açıdan kişinin kendisini iyi hissetmesinde ve çevresine kendisini pozitif yönden tanıtmasında kişisel kimliğinin netleşmesinin önemli olduğu teorik ve deneye dayalı çalışmalarla vurgulanmaktadır. Kişi eğer kendi kültürel kimliği hakkında net bir anlayışa sahip olursa, kişisel kimliğini de berrak biçimde oluşturabilir. Bu durum psikolojik sağlığın da temel koşulu olarak bilinmektedir. Kültürel kimlik kişinin kişisel kimliğinin bir parçasıdır. Kültürel kimlik bireyi varoluş kaygısından uzaklaştırmakta, yaşamına anlam katarak kişiliğini geliştirmesine olanak sağlamaktadır.

Kimlik hakkında kuramcıların fikirlerine atıfta bulunursak aşağıdaki ifadelerle karşılaşabiliriz. Stryker, benliğin ana unsuru olarak birçok alt kimliğin toplamı

biçiminde kimliğe yaklaşmıştır. Stuart Hall ise kimliğin dışına değil içine bakılmasının önemli olduğunu vurgulamıştır. Kişiler kendi kimlikleri hakkında konuşurken genellikle diğerleri ile kıyaslama yapar ve diğerlerinden farklı olduklarını savunmaya çalışırlar. Bu durum daha çok kişilerin kendilerini değil, diğerlerinin kim olduklarını araştırdığını ortaya sermektedir (Altunoğlu, 2009: s. 14-26). Kişi kendisinin diğerlerinden farklılığını değil kendi kimlik yapısını eleştirmiş olsaydı, kimlik kalıbını daha aydın bir çerçevede ortaya koymuş olurdu. Kısacası diğerleri ile kendi kimliğine ışık tutmaya çalışan birey "*ben kimim?"* Sorusundan daha çok, *"öteki kim?"* Sorusuna yanıt vermiş olur. Sözen ise, bireyde sadece bir kimlik değil, birkaç kişiliğin bulunduğunu ifade etmekte, din, meslek, aile, millet gibi sosyal belirticilerin kimliğin belirlenmesinde önemli yer tuttuğunu ifade etmektedir. Bireyin her bir mekâna göre kimlik farklılığı sergilemekte olduğunu söylemektedir. İnsanlar sıradan yaşantısının dışına çıkmak için hayali kimlik uydururlar, fakat normal süreçte gündelik deneyimler de kimlik imgesinin oluşmasında önemli yere sahiptir (Durmuş, 2006: s. 123-129). Belirli bir kimliğe sahip olmak bazı insanlarda homojen yapıya sahip olmak anlamına gelmektedir. Kimlik bu anlamda insanlara toplumsal bir varlık olmayı kazandırmakta, kendilerini güvende hissetmesi için insanlara destek vermektedir. Aynı zamanda insanların birçok aidiyete ve kimliğe sahip olması, kişinin değerini, kendine özgü bir kimliği olduğunu ve yerinin doldurulamazlığını sağlamaktadır. Bu durum Maalouf'a göre bir kategori haline gelmektedir (Maalouf, 2016: s. 12).

Bauman benlikte belirsizlikten kaçışın bir diğer adının kimlik olduğunu ifade etmiştir. Eğer kişi kendisinin nereye ait olduğunu, kim olduğunu sorgulamaya başlar veya bu konuda kuşkuya kapılırsa o zaman kimlik üzerine araştırmaya başlar ve kimliğine ilgi duyar. Kimlik üzerine yapılan araştırmalara dikkat ettiğimiz zaman, kimlik kuramcılarından Erikson ve diğerlerinin ilk önce araştırmalara kendilerinden başlamakla ulusal ve toplumsal kimliği ve kimlik türlerini incelediklerini görebiliriz. Bu da Bauman'nın fikrinin doğru bir yaklaşım olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, bireyler kendilerinin görünen davranış biçimlerinin toplumsal davranış biçimlerinin neresinde durduğunu ve etrafındaki insanların kendi davranış biçimleri, duruşu hakkındaki fikirlerinin neler olduğunu incelemeye başladığı zaman kimlik araştırmasına yönelirler (Dalbay, 2018: s. 163).

Bauman'ın ifade ettiği gibi bireyler kendilerinin nereye ait olduklarını incelemeye ve kim olduklarını sorgulamaya başladıkları zaman kimliklerini

araştırırlar. Bu duruma kimlik yapısının küreselleşmeye başladığı dönemde daha sık rastlanmaktadır. Çünkü küreselleşme ile birlikte kimlik yapılarında aşınma başlamıştır. Ulus ve sınıf kimlikleri giderek ortadan kalkmakta ve insanlar kendi başlarına kalmaktadırlar. Bunu telafi etmek için de bireyler cinsiyet, ırk ve etnik köken gibi farklı kimlik yapılarına sarılmaya başlamaktadırlar.

Erikson kimliğin derinliği, sürekliliği, içselliği konusunda fikirleri ile de geleceğe yönelik çalışmalara öncülük etmiştir. Benliği kimliğin merkezine koyan Erikson benliği genel anlamıyla kendisini herkesten ve her şeyden ayıran eşsiz bir bütünlük olarak görmüştür. Benliği dış etkilerden uzak, eşsiz bir özne olarak tanımlamıştır. Erikson bireyin kendi kimliğini oluştururken benliğin üzerini farklı nesnelerle giyindirdiğini ifade etmiştir. Kazanılan, elde edilen bu kimliğin kamufle rolü oynadığını ve bireyin değişken dünyamızda (farklı rol ve psikolojik yapıların, sosyolojik durumların ortaya çıktığı dünyada) bu kimliğe ihtiyacı olduğunu söylemiştir (Altunoğlu, 2009: s. 14-26).

Kimlik hakkında konuşurken bireyin kendi kimliğinin farkında olup olmadığına da dokunmak gerekir. Eğer bireyler kim olduklarını bilmezlerse, başkalarının onlara biçtiği kimliklere bürünmek zorunda kalırlar. Bununla birlikte başkalarının ne düşündüğünü daha da dikkate alarak aşağılık kompleksi içerisinde başkalarının düşüncesini kendi kimliğine empoze ederler. Birey eğer kendisi olmazsa, benliğini daha çok aldatır, çevresindeki akıntılara kapılarak kendi özgüvenini hiçe sayar. Toplumda kendi kimliğine yer bulamayanlar marjinal grupların içerisine dahil olarak kendilerine bir kimlik oluşturma çabasına girerler.

Bu nedenle Anadolu kültüründe *"kimlikli ve kişilikli bir insan"* kelimesi kullanılmaktadır. Kendi kimliğinin saygınlığını toplum içerisinde tanıtabilen kişilere kimlikli veya kişilikli birey olarak bakılmaktadır. Kimlik bir ihtiyaçtır. İhtiyaçlar hiyerarşisinde kimlik kendisini ciddi manada hissettiren gelişimsel bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsan doğuştan itibaren geçirdiği her bir gelişim sürecinde kendisine güven sağlamak için birtakım ihtiyaçları hisseder. Bu ihtiyaçlar içerisinde kimlik de yer almaktadır. Maslow'a göre, birey ergenlik dönemine girdikten sonra kimlik ve statüye sahip olma ihtiyacı hisseder. Kimliği için saygınlık, prestij elde ederek toplum içerisinde kendisini ispat etmek ve sergilemek ister. Bireyin yaşamının sonraki dönemlerinde toplum içerisinde elde ettiği kimlik önemli bir lokomotif rolünü

oynamaktadır. Bireyin topluma uyumluluk sağlamasında isteklerinin karşılığını alıp almaması da önemli yere sahiptir (Dalbay, 2018: s. 164).

Bireysel kimlikte olduğu gibi toplumsal kimliğin de uluslar üzerinde büyük etkisi mevcuttur. Ulus önce bireysel kimliklerin birleşmesinden toplumsal kimliği inşa eder. Toplumsal kimlik ise ulusu ve milliyetçiliği oluşturur. 1980 sonrası ise Postmodernizmle birlikte milliyetçiliğe farklı bakış açıları doğmuş ve incelenmeye başlanmıştır. Milliyetçilik artık "gündelik milliyetçiliğe" dönüşmüş, sosyal teori ve feminizm ekseninde biçimlenmiştir. Günümüzde düşünce sistemimizi büyük ölçüde şekillendiren milliyetçiliği yaşamımızın bir parçası olarak görmekteyiz. Dünyada giderek bir ulusun iyiliğini sadece kendi ulusundan olanların istediği fikri hâkim olmaya başlamıştır. Başka ulusların bizim iyiliğimizi istemediği fikri ise dünyanın doğal düzeni haline gelmektedir. Bu tür davranışlar "Banal Milliyetçilik" olarak isimlendirilmektedir (Deveci, 2015: s. 119-122).

1.1.4. Kimliğin Disiplini, Kimlik Kalıpları ve Kimlikleşme

Kimlik kavramından bahsederken, kişilik kavramına da değinmek gerekir. Çünkü kimlik ve kişilik kavramları genellikle birbirine karıştırılır. Her iki kavramın aynı şeyi ifade ettiğine dair yanılgıya düşülmektedir. Oysaki kişilik ve kimlik her ikisi birbirinden farklı kavramlardır. Kimliğin öznesi Latince *idem* kelimesinin kökünden gelmektedir ve *aynılığı, sürekliliği* içermektedir. Kişilik ise bireyin diğerlerinden ayırt eden duygu ve düşünce, tutum ve değerlerin kaynaşmış, örgütlenmiş bütünlüğüdür (Altunoğlu, 2009: s. 6).

Kişinin kimliği değişmez değildir, daim değişkenlik sergilemektedir. Birey zaman zaman sosyal çevreye uygun bir şekilde kendi kimliğinde değişim yapabilir. Ancak bu değişim sosyal çevrenin etkisi ile bir kültür yozlaşmasına çevrilmemelidir. Kişilik çevreye uyum sağlamalı ama psikolojik olarak çevrenin bir aleti veya kurbanı olmamalıdır. Kimliğin çekirdeği olan kişilik ve benlik tutarlı ve yapılaşmış çerçeveye sahiplenmelidir.

Kimlik, Altunoğlu'na göre parti, sınıf ve statü gibi toplumu anlamak için araçsallaştırılan zihni kategoridir. Son 20 yılda kimlik sosyal teorinin en fazla araştırılan ve popülerleştirilen kavramlarından biri haline gelmiştir. Birçok disiplinin öncelikli olarak ilgisini çeken bir kavramdır. Disiplinler arasında kimliğin çerçevesini

oluşturmak, sınırlamak ne kadar zorsa, çözümlemesine yönelik bütünlüklü olarak sınır çizmek de bir o kadar çetindir. Kimliği kavramsal açıdan çözümlemeye çalışan her çalışma, her bir girişim eksik kalmaya veya bitmemeye mahkûmdur. Kimlik çözümlemesinin önemli bir meseleye çevrilmesinin nedeni kendiliğe dair düşünüm olması ve kendiliğimizi soruşturmasıdır. Psikolojik açıdan benliğimiz dün, ondan önceki gün, geçen yıl nasılsa bugün de odur. Benliğimizi zamanla süsleyerek kimliğimizi ortaya koymuş oluyoruz. Kimlik teriminin psikoloji sözlüklerinde bütünlük, tutarlılık, süreklilik terimleri ile aynı çerçevede sunulması, kimliğin daima değişen süreklilik taşıdığına işaret etmektedir. Ancak benlik değişen koşullara rağmen aynı kalmaktadır (Altunoğlu, 2009: s. 6-7).

Bireyin hayatında önem taşıyan şeylerin temelinde kimliğin olduğunu söyleyen Taylor, bireyin yaşadığı toplumu ve doğayı kendine özgü gördüğü şeylerin dışında bırakması gerektiğini ifade etmektedir. Bununla birlikte Taylor, doğa taleplerine, tarihe ve Tanrı'ya karşı ciddi görevlerin olduğu bir dünyada kişinin farklı kimlikleri sahiplenmesinin kaçınılmaz olduğunu belirtmektedir (Oralgül, 2014: s. 108).

Bradley'e göre, kimliğin oluşumunda büyük role sahip olan benlik, kendi çerçevesini oluştururken ortaya koyduğu kriterleri (dil, din, mensubiyet, sosyal ve kültürel yapı) ilk önce analiz eder ve daha sonra diğerlerinden kendisini farklılaştıran temel şeylere dikkat eder. Hem kendi içerisindeki çerçeveyi netleştirmiş, hem de dışarıya nazaran kendi konumunu oluşturmuş olur. İç ve dış analizler kişinin hayatının devamında ve dışarıya iletmek istediği kimlik modelinde önemli yere sahiptir. Kişinin dışarıya ilettiği kimlikle, dışarıdan kişiye karşı biçilen değer paralel bir şekilde uygulanmaktadır. Karşılıklı etkileşim olduğu için bu durum kişiliğin aynaya benzediğini göstermektedir (Bal, 2006: s. 19-20).

Türk Dil Kurumunun Türkçe sözlüğünde kimlik toplumsal bir varlık olarak tanıtılmıştır. İnsana özgü bir nitelik, belirti, özellikleri ile birlikte bireyin kim olduğunu tanımlayan tüm şartların bütünü olarak kaydedilmiştir (https://sozluk.gov.tr/). Bir sözle kimlik, hem insana özgü bir etmen olmaktadır, hem de kişinin kim olma sorusuna verilen cevabın kendisidir. Kimlik dinamik ve inşa edilen bir olgudur. Geleneksel kimlikten farklı olarak modern kimlikte daha çok inşa edilebilirlik göze çarpmaktadır. Bireye bağlı kişilik dışında toplumsal ve ulusal kimlikler de değişkendir. Ulusal

kimliğin öznesi diğer kimliklerle çatışma içerisindedir. Bu çatışma sürekli olarak söylemler arasındaki güç ilişkisine bağlı olarak devam etmektedir.

Kimlikler günümüzde önceden tanımlanmış rol ve biçimler içerisinde ele alınmaktadır. Sınırlı bir topluluk içerisinde doğan ve büyüyen insan, belli bir toplum içerisinde de ölür. Bireyin yaşadığı sürece var olduğu topluluktan birtakım beklentileri olur ve yaşadığı topluluk da bireyden birtakım şeyler bekler. Birey kimliğini oluştururken kendisini ortaya koyduğu toplumda kendisine yönelik de birtakım beklentiler içerisine girmesi normaldir. Geleneksel toplumda kimliğin belli sınırı olmakla birlikte çerçevesi katı yapıya sahiptir, gelişim evresi tamamlanmıştır. Modernizmle birlikte kimlik yeniliğe açık hale gelerek hareketlenmiştir. Kimlikler daha çok toplumsal yöne açıktır. Bir dizi norm ve rollerle biçimlenen kimlikler göreli olarak gerçektir ve tamamlanmıştır (Karaduman, 2007: s. 49).

Kişinin veya sosyal bir grubun farklı yönlerini açıklayan kimlik bu sosyal gruplar ve kişinin tanınmasını sağlayarak toplumsal açıdan tanımlanmış roller yüklenmektedir. Bireyin veya sosyal grubun kendiliğini, benliğini araştırması kimlikle bağlantılıdır. Ötekine göre kendini biçimlendiren ve kimlik yapısını çerçeveleyen birey, diğer yandan kendini güvence altına almak için de farklılığı ötekileştirmektedir. Farklılığı iterek sadece kendi kimlik doğruları ile hareket etmek ise bireyin farklı kimliklere karşı haksızlığını göstermektedir. Tolerans yaklaşımdan uzak, sadece kendi benliğinin çerçevesinde oluşan kimliği monoton (sadece ben, yalnız kendi kimliğim) olarak kabul etmek de bu tarz bir eylemdir. Öteki tarafından nasıl algılandığını görebilmek ve toplum içerisindeki her hangi bir gruba ait hissetme gibi tanımlar, kişinin toplum tarafından ona verilen kimlikle özdeşleşmesi anlamına gelmektedir. Farklılığa vurgu yaparak kendini tanımlayan kimlik kavramı, farklılığı ötekileştirirken temelde benzerliği, aidiyeti ve mensubiyeti ifade etmektedir. Kimlik homojen bir bütünsellik olan biz'lik anlayışını bu benzerlik üzerinden oluşturmaktadır.

Kimlik benliğin kendisinde biçimlenen bir olgudur. Sürekli oluşum içerisinde olan kimlik, statik olmayan, daim değişken, tamamlanmamış olan ve asla da tamamlanması beklenmeyen bir oluşumdur. Kimliğin yapısında asla bitirilemez bir öznellik taşınmaktadır. Bauman'a göre, kimlik insanların özdeşleşmelerinin ürünüdür ve doğanın insana verdiği kendi işleyişinin bir ürünü değildir. Kimlikler doğanın sonlandırdığı bir eylem de değildir. Bireyler gündelik yaşamda kendilerini hareketli kılan toplumsal koşullara, olgulara, ilişki biçimlerine ihtiyaç duyarlar. Bireyin kendi

zihinsel düşüncesinin bir ürünü olan kimlik, onun becerileri ve planları sayesinde oluşur. Bununla birlikte kimlikler soyutturlar, akıcı ve değişkendirler. Bireylerin derin duygularından kaynaklanan kimlikler ekonomik ve toplumsal, siyasi çevrelerle olan iletişimleri sayesinde farklı biçimlere girer, "renkleri" değişir, farklı oluşum içerisinde hareket ederler. Kısacası kimlikler mekâna ve zamana göre farklılıklar sergileyebilmekte ve farklı görünümlerde ortaya çıkmaktadırlar (Bayri, 2008: s. 4-5).

Erikson kimliği sosyo - kültürel, politik, ekonomik ve manevi olmak üzere dört temel unsurla ilişkilendirir. Bu dört öğenin insan kimliğinin oluşmasında ve güdülenmesinde önemli yere sahip olduğunu vurgulamaktadır. Erikson yukarıda gösterilen unsurlardan birinin insan kimliğinde olmamasını büyük bir sorun olarak nitelendirmektedir. Dört öğeden birinin olmaması bireyin kimliğini yaşadığı toplumun içerisinde insancıl bir üye olma aşamasına gelmekten alıkoyar ve yetişkin bir birey olarak ortaya çıkmasının önünü tıkamış olur. Buna karşın potansiyel gücünü ve varlığını ortaya koyması için birey gelişim sürecinde kendisine ait bir kimlikle toplumun önüne çıkmalı ve bu kimliği ile birlikte yetişip büyümelidir (Kuşat, 2003: s. 45-61).

Kimlik, hayallerimiz, arzularımız, yaşamla ilişki kurma biçimimiz, tanınmamız gibi hayattaki duruş yerimizi belirleyecek birçok niteliklerin toplamıdır. Bizi biçimlendiren, kalıplaştıran bir olgudur. Kişinin kendini tanımlaması olarak da nitelendirilebilir. Bireyin gelişimi ile elde edilen ve toplumla etkileşim içerisinde olan bir olgudur. Kimlik, sosyal kategorizasyon, sosyal karşılaştırma, benlik ve özdeşim gibi birçok kavramlarla ilişkilendirilmektedir. Tanımlama ve Tanınma gibi iki temel bileşeni mevcuttur. Toplumsal olarak kabul görme, kendini tanımlama, belirli bir biçimde tanınma insanın ihtiyacı olan bir gereksinim olarak görülmektedir. İnsana kimlik tutumunu sağlayan dayanaklara işaret eden kavram ise aidiyettir (Çetin, 2014: s. 3).

Her insan dünyaya geldiğinde daha kendisini ifade edemezken bile bir kimlik yapıştırmasına ihtiyaç duyulur. Ürünler satışa çıkmadan önce kodlandığı gibi, insanlar da aktif hayata başlamadan isim ve soyadları ile kodlanır. Ve kodlanma her ne kadar kendi isteği ile olmasa da, onun yaşamı boyunca kendisiyle birlikte yürür ve öldüğünde bile verili koduyla, yani isimlendirmesi ile hatırlanır. Tüm bu kodlamalara aile, ırk, cinsiyet, din eklenir. Bireyin kimliğini oluşturan bu etmenler daha sonra sosyalleşme

süreci ile birlikte kişiye sosyal kimliği yükler. Sosyal kimlik ise bireyin geleceği ile ilgili idealleri ve projelerini yönlendirmektedir (Şimşek, 2002: s. 31).

Kimlik dayanaklarının kaybedildiği iddia edilmekte, kimlik kavramı sorunsallaştırılmaktadır. Kimliğin tanımlanmasında önemli yere sahip olan mekân ve zaman olgusu kavramlarda ortaya çıkan kaymalar sonucu yeniden kimlik arayışına girmiştir. Bireyin artık kendi kimliğini belli bir konuma yerleştirebileceği bir kültürel zemin ortaya çıkmıştır. Post-modern kimlik, sahnede rol yapan bir oyuncu gibi insanın kendi kimliğini oluşturmasına olanak sağlamaktadır. Post-modern kimlik, çoklu kimlikleri benimsemektedir ve özgürce seçilen, özgür bir şekilde biçilen bir kimlik olmaya başlamıştır. Kısacası post-modern kimliğin yapısı esnektir (Karaduman, 2007: s. 49-50).

Postmodern öncesi kimliği meslekler, iş kariyeri oluşturmaktaydı. Birey kimliğini bir kere seçtikten sonra ömür boyu aynı çerçevede devam ettirmekteydi. Bir kere seçilen kimlik kişinin ilk ve son kez seçtiği bir kimlik olarak bilinmekteydi. Örneğin, doktor, mühendis veya öğretmenlik bir kere seçilir ve kişinin tüm ömrü boyunca onunla yaşardı. Buna daha çok mesleki kimlik de diyebiliriz. Tüketim toplumuna çevrildiğimiz modern dünyamızda ise tüketim malları ve tüketim kalıpları bireyin kimliğinin oluşumunda önemli yer edinmektedir. Günümüz toplumunda kimlikler satın alına bilinen bir yapıya çevrilmiştir. Artık kimlikler bozulabilen, değiştirilir bir yapıya sahiptir (Özdemir, 2015: s. 113).

Lacan, *tanımanın diyalektiği* konusuna vurgu yaparken kimlik ve benlik kavramlarına değinmiştir. Kim olduğumuzun bilgisini başkalarının bize karşı sergiledikleri tepkilerden anlayabileceğimizi ifade etmiştir. Daha sonra Lacan'ın bu fikri tartışma konusu olmuş ve insanın kendisini görmesi için karşıdaki *aynanın yeri* ile ilgili bilgi eksikliğinin olduğu söylenmiştir. Winnicott daha sonra aynanın ilk konumunun annenin yüzü olduğuna vurgu yaparak, bireyin ilk kendisine karşı dışarıdan aldığı tepkisinin kendisinin annesi veya ebeveynlerden biri olduğunu ifade etmiştir. Ancak Lacan Winnicott'tan farklı olarak karşımızda bizi yansıtan aynanın durağan olmadığını ve her zaman değişken olduğunu savunmuştur (Arslantaş, 2008: s. 108-109).

Kimlik konusunda kuramcıların her birinin farklı tezleri vardır. Bazıları kimliğin durağan olduğunu söylemekte, birtakım kuramcı ise kimliğin değişken olduğunu

savunmaktadır. Post modern kimliğin modern kimlikten farklı olarak farklı şekillere girdiği, modern kimlikte ise tek kimliğin olduğu ifade olunmaktadır. Bu fikirlerin hepsi bireyin kimliği konusunda kuramcıların düşünceleridir. Kimlik konusunda bir diğer önemli mesele ise toplum kimliğidir.

Kültür, gelenek, din, dil ve sanat gibi birçok kavramı içerisinde bulundurmaktadır. Bu nedenle kültür, kavramlar karmaşasından oluşan bir olgu olarak görülmektedir. Milletle kültür kavramı arasında da ciddi bir bağ vardır. Birçok kavramda milletin bir kültür ürünü olduğuna, kültürün milletin varlığını şekillendiren *milli kültür* kavramının bütününü oluşturduğuna veya millet kavramının kültürün bir vücut hali olduğuna dair bilgilere rastlanmaktadır. Kültür ve millet kavramları arasındaki bu ilişkileri tartışmak yerine millet ve milliyetçiliğe ilişkin kültür kavramını merkeze alan yaklaşımları dikkate almak yerinde olacaktır. Gellner'e göre milliyetçiliğin temelinde sürekli değişken ve karmaşık zincirleme ilişkiler mevcuttur. Bu sürekli değişkenliği ve geçişlerin sağlıklı bir şekilde hayata geçmesini sağlayan millet ve milliyetçilik bilincinden çok şey asılıdır. Sosyolojik olarak güçlü yapıya sahip milletler milliyetçiliğin temelindeki karmaşık durumları ve geçişkenlikler sorununu daha hafif bir şekilde atlatabilmektedir (Deveci, 2015: s. 70-74).

Milliyetçiliğin oluşturulmasında kültürle birlikte dilin de çok büyük önemi vardır. Modern yaklaşıma göre sanayi toplumunun oluşumundan sonraki dönemde toplumlar arasındaki uyumun sağlanmasında ve milli bilincin oluşmasında, hatta milli kültürün oluşturulmasında dil birlikteliği olmazsa olmazlar arasında yerini almıştır. Dil birliği sayesinde yerel halk dilleri matbaanın da oluşumu ile diğer elit diller (Latince, Osmanlıca) üzerinde üstünlük elde etmeye başlamıştır. Dilin birlik sayesinde bu denli yerelle elit diller arasındaki farkı açmasına milliyetçiliğin temel nedeni olarak bakılmaktadır. Post modernist ve post yapısalcı araştırmacılar söylemle dil arasındaki birliktelikten millet kavramının inşa edildiğini ifade etmektedirler. Fakat milletin enstrümanı olan dille söylem arasındaki farklılıklara dikkat etmemektedirler (Deveci, 2015: s. 129-131).

Toplum bireyden farklı olarak adından da belli olduğu gibi yüzlerce veya binlerce bireyin ortak kimliklerinin birleşmesidir. Örneğin, Ahıskalı Türklerin ortak toplum kimliği Gürcistan'ın bir noktasından çıkan insan kitlesinin günümüzde dünyanın binlerce noktasında yaşamasına rağmen aynı kültürü taşıması ve aynı kimliği oluşturmasıdır. Kısacası bireysel kimlikten bahsederken her türlü kimlik kalıpları

düşünülebilir. Zengin, fakir, çalışkan, tembel, ünlü, zengin, köylü, gariban vb. tüm bunlar bireyin kimliğini oluşturabilecek yapılardır. Fakat toplum kimliğinden bahsederken onun kültürü, kimliği, coğrafyası daha çok dikkate alınır. Örneğin, Ahıskalı Türklerin ortak kimlik noktalarından bahsederken üç ana kimlik unsurunu ifade etmek gerekmektedir. Türk (az sayıda Kürt ve Hemşin nüfusu hariç) olmaları, Müslüman olmaları, Kafkasya'nın yerel halkı olmaları. Diğer kimlik göstergeleri ise önemli olsa da bu üç ana kimlik unsuru kadar öneme sahip değildir. Örneğin, sürgün olmaları, dokuz ülkede toplu olarak yaşamaları, birçoğunun iki dilden fazla dil bilmesi, yüksek oranda halen yaşadıkları ülkelerde köy yerleşim yerlerinde olmaları gibi.

Ahıskalı Türklerin tarihine dikkat ettiğimiz zaman bu üç toplum kimliği unsurunun halen yaşatılmasında bazı coğrafi ve tarihi olayların önemli olduğunu görebiliriz. Türklük kimliğinin Kafkasya'dan sürgün olunduktan sonra diğer Sovyet ülkelerinde de yaşatılmasının ve sıkı bağlanmalarının nedeni, Türk olduklarından dolayı sürgünün gerçekleştirilmesine inanmalarıdır. Yaşadıkları bölgede Müslüman Acarlar hariç Gürcü Hıristiyanlarının olması ve tarihte Gürcüler tarafından baskı altında kalmaları Müslümanlığın kaybedilmemesine, sürgün yılları boyunca yaşatılmasına neden olmuştur. Kafkasya göçmeni olmaları ise onların tarihi yaşam toprakları ile ilişkilidir. Her ne kadar 1944 yılında sürgün olunsalar ve geri dönemeseler de Ahıskalılar *Kafkaslı Türkler* olarak bilinmektedir.

Yukarıda gösterilen kimlik kalıpları Ahıskalı Türklerin medya kullanımında da sık sık göze çarpmaktadır. Ahıskalılar Türlerin ye medya paylaşımlarını incelediğimiz zaman daha çok kültürel paylaşımların yapıldığı görülmüştür. Daha çok kendi kültürü ve kimlik kayıplarını yeni medyada sergileme eğiliminde oldukları saptanmıştır. Bu nedenle öncelikli olarak yeni medyanın anlaşılması konunun durumu açısından önem taşımaktadır.

1.2. Yeni Medyanın Geleneksel Medyadan Farklı Olan Tanıtım Özelliği

Bilgisayar ağları, internet gazeteciliği, e-ticaret, sosyal medya, sanal gerçeklik gibi birçok kavramın sunduğu ekonomik, kültürel ve toplumsal olgular günümüzün bir parçası durumuna gelmiştir. Yukarıda belirtilen tüm bu terimleri kendi bünyesinde bulunduran kavram ise günümüzde yeni medya olarak tanımlanmaktadır. Yeni medya kavramında bulunan olanakların hayatımıza dâhil olmasıyla birlikte sosyal yaşamımız, medya tüketim alışkanlığımız ve iletişim biçimlerimiz büyük ölçüde değişmiştir. Bu

değişiklik ani bir olayla ortaya çıkmamış, zamanla değişim geçirerek hayatımıza girmiştir.

1990'ların başlarında eski Sovyetlerin dağılması ve soğuk savaşın bitmesiyle dünyada teknolojik olarak gelişme bir anda hızlanmaya başlamış, teknoloji ile birlikte internet kullanımı da büyük ölçüde artmıştır. İnternetin topluma ulaştırabileceği haber gücü arttıkça haber aktarımında da yeni bir döneme geçilmiştir. Artık geleneksel medyanın gazeteler vasıtasıyla haberleri okuyucuya aktarma konusunda yetersiz kaldığı, daha fazla insana ulaşabilme olanağının daha düşük olduğu gözlenmektedir. Tabii ki, tüm bunlar önce de vardı. Ancak internetin daha fazla kişiye ulaşabilme kabiliyeti ve haberi internet vasıtasıyla sunabilme fırsatı geleneksel medyanın haber sunumunda ne kadar zayıf kaldığını ispat etmiştir. Gazeteler için kurulan internet siteleri vasıtasıyla haberlerin binlerce, hatta milyonlarca kişiye anında ulaşabilme olanağı bu konuda yeni adımların atılmasına, yeni medyanın daha çok öne çıkmasına sebep olmuştur (Kürkçü, 2015: s. 2).

Yeni medya kullanımı ile ilgili konuya dokunurken 1990'lardaki teknolojik gelişmeler ilk önce dile getirilmektedir. Ancak 1970'lerden sonra bilgi işlemle ilgili gelişmenin iletişim alanına yönelmesinden sonra şekillenmeye başlayan yeni medya konusuna pek fazla yer verilmemektedir. Geleneksel medyanın ürünü olan yeni medya, zamana ayak uydurmak için çevrimiçi gazeteciliğe geçmiştir. Geleneksel medyadan farklı olarak çevrimiçi yayınlanan gazetelerde grafik, ses, tablo ve diğer sayfalara ulaşma şansı verilmektedir. Geleneksel medyada, yani gazetelerde ise sayfalar sadece resim ile zenginleştirilmektedir. Ancak gazetelerin halen sürdürülür olmasının tek nedeni elle tutulur olması ve akıllarda halen geleceğe yönelik yazılı basının daha iyi aktarılabilmesi düşüncesidir. Geleneksel medyayı bunun dışında günümüzde destekleyen elle tutulur sebep gösterilememektedir. Yeni medya araçlarının yaşamımıza girmesi ile birlikte birçok ülkede geleneksel medyaya ilgi azalmıştır. Genç nüfus özellikle yeni medya araçlarına yönelmekte, haberi, eğlenceyi ve sosyalleşme ihtiyaçlarını internet vasıtasıyla görsel ve işitsel olarak elde etmektedirler. Sosyal medya özellikle genç nüfus tarafından habere ulaşmada bir filtre olarak görülmektedir. Artık bireyler kendi kişisel hesapları üzerinden güvendikleri medya kuruluşları, dergi ve gazete sayfalarını incelemekte, takip ederek haberleri elde etmektedirler (Dilmen, 2007: s. 115).

Mikro elektronik teknolojinin gelişmesi ile iletim ve iletişimde yeni döneme geçilmiştir. Analog (geleneksel) iletim yönteminden artık dijital (yeni) işleme geçiş gerçekleştirilmiştir. Geleneksel medyanın sunduğu imkânlardan farklı olarak yeni medya sayısal tabanlı olarak verileri elde etmekte ve iletişim sağlamaktadır. Aynı anda geniş kapasitede kitleye ulaşabilme ve çok katmanlı etkileşim sergilemektedir. Yeni medyadan farklı olarak geleneksel medyada sunulmak istenen mesaj zamanla gelişerek kitlelere ulaşmaktadır. Verilen iletinin türünde de değişiklik ortaya çıkmaktadır. İletide metin, ses ve görüntü eş zamansız bir biçimde hayata geçmektedir (Büker, 2013: s. 138).

Lister, yeni medyadan bahsederken yeni formlarda metinler sunan, okuyucuya yeni temsil imkânları veren, medya ile kullanıcı arasında yeni iletişim yolları sağlayan, kişilerin kimlikleri ile yaşadıkları toplum arasında yeni ilişkilere imkân veren ve ekonomiye kadar birçok üretim modellerini oluşturan bir teknolojiye sahip kavram olarak sunmuştur. Geleneksel medyadan farklı olarak yeni medya kesintili bir biçimde sunum yapmaktadır. Yani, yeni medya ile dijital teknoloji arasında bağımlı bir iletişim mevcuttur ve bu bağ ayrılmaz özellik sergilemektedir. Bu açıdan yeni medya kesintilidir. Dijitalleşme ve çevrimiçi bir durum yoksa yeni medya da yoktur. Çoklu ortam niteliğini taşıyan yeni medya birbirinden farklı verileri tek bir araçta bir araya getirebilmektedir (Dilmen, 2007: s. 115).

Okuyucu ve izleyici yeni medyada geleneksel medyadan farklı olarak geleneksel kitle iletişim araçlarını, yani radyo ve televizyonu tüketen birisi gibi pasif konumda değildir. Okuyucu hareketli ve araştırmacıdır. Birey geleneksel medyadaki gibi verileni, sunulanı izlemekle ve okumakla yetinmemektedir. Artık sunulanlar arasından kendisine gerekli olanı veya ihtiyaç duyduğunu elde eden izleyicidir. Yeni medyanın sunduğu imkânlardan yararlanan birey artık aktif kullanıcı ve katılımcıdır. İzleyici haberin izleyicisi olmakla beraber, aynı zamanda bir gazetecidir. Artık birey hem izlemekte, hem yazmakta ve hem de yorumcu olmaktadır.

Rogers'e göre, yeni medyanın geleneksel medyadan temel farklılıkları aşağıdaki gibidir:

-Geleneksel medyadan farklı olarak yeni medyada etkileşim vardır. İletişim sürecinde alıcı ve verici arasında aynı anda, eş zamanlı etkileşim oluşmaktadır. Canlı yayını izleyen izleyici aynı anda sorular sorarak sunucuyu hem yönlendirmekte, hem de karşılıklı olarak onunla iletişim sağlamaktadır.

-Yeni medya büyük bir grubu bile kitlesizleştirmektedir. Örneğin, bir mekânda bir araya gelen arkadaşlar kendi telefonlarında farklı sosyal medya araçlarında gezinerek haber ihtiyacını karşılamaktadırlar. Ancak grup olarak hepsi bir arada olmalarına rağmen kitlesizleşmekte ve her birey yeni medya aracının etkisi altında kendi dünyasında dolaşmaktadır.

-Radyo veya televizyonda haber aynı anda kitleye ulaştırılırken grup üyeleri için yeni medya aracılığı ile farklı zamanlarda aynı haberi ulaştırma imkânı sağlanmaktadır. Yeni medyanın eş zamansız haber iletebilme özelliği de vardır (Aktaran: Kürkçü, 2015: s. 14).

Geleneksel medya araçları içerisinde yer alan radyo, televizyon ve gazete yeni medya içerisinde de yer almaktadır. Nitelik olarak her iki medya türü yukarıda gösterilen araçları içerisinde bulundursa da sunum farklılıkları mevcuttur. Örnek göstermek gerekirse televizyonda sunulan sinema filmi veya bir program saatinde bittiği zaman izleyiciye ikinci kez sunum imkânı verememektedir. İzleyici aynı programı izlemek için ya televizyon kanalının birkaç gün sonra yeniden programı listeye almasını bekleyecek, ya da hiçbir zaman izleme imkânı elde edemeyecektir. Ancak televizyonda yayınlanan programı yeni medyanın sunduğu imkânlarla takip eden izleyici internet vasıtasıyla istenilen programı istediği zaman yeniden izleme şansı bulmaktadır. Yakın geçmişimize kadar televizyon ve telefon iletişimin farklı türleriydi. Teknoloji ve bilim alanındaki gelişmeler birbirine uyum sağlayarak teknolojiyi birleştirmiştir. Yeni medya sistemlerinin iletişim alanına etkisini bu durumda açık bir şekilde görebilmekteyiz. Genel olarak yeni medyanın hayatımıza girmesiyle Uğur'a göre aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmaktadır:

-Yüz yüze iletişim hariç tüm iletişim süreçleri elektronikleşmiştir. Yeni medya ile birlikte insanların iletişim araçları da elektronikleşmeye başlamıştır.

-Geleneksel medyada birbirinden farklı olan ortamlar yeni medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte birbirlerine entegre olmuştur. Yeni medya iletişim aracı olarak aynı anda birden fazla geleneksel medya aracını kendi teknolojisi üzerinde barındırabilmektedir. Bilgisayar ve cep telefonları bunun örneklerinden sadece birkaçı olabilir (Uğur, 2002: s. 336).

Medya toplumda güçlü kişilerin uzantıları olarak lanse edilmektedir. Bu yüzden medyanın egemen ideolojilerin üretiminde ve rutin kontrol sisteminin sürdürülmesinde kattığı değer araştırılmalıdır. Her ne kadar yeni medyanın geleneksel

medyadan farklı olarak bireylere fark koymadan temsil olunma hakkı tanıdığı ileri sürülse de, haberlerde güçlü ve nüfuzlu kişilerin yoksul sınıfa nazaran daha çok temsil olunduğunu görmekteyiz. Egemen sınıfın temsil olunmasında medyanın gücünün kullanıldığı, siyasal seçkinlerin resmi fikir ve görüşlerinin ön plana çıkarıldığı, geride kalan seslerin marjinalleştirilerek gayri meşrulaştırıldığını görmekteyiz (Alioğlu, 2013: s. 171-181).

Yeni medya sosyal ve siyasi yapılara ciddi bir şekilde etki etmektedir. Sosyal ve siyasi yapıların yönetim sistemlerine, topluma ve bireye çizdiği sistemleri altüst etmektedir. Geleneksel medya her ne kadar siyasi yapıların elini güçlendirse de, yeni medya sınırları tamamen kaldırmakta ve biçilen rolleri değiştirmektedir. Artık iç ve dış kamular sosyal medya sayesinde geleneksel modelinden sıyrılarak, bireylere ve topluma örgütlenme ve sesini duyurma imkânı sağlamakta ve kamuoyu oluşturmaktadır. Yeni medya kitle iletişimin ve demokrasinin etkin paydaşlarından biri olmaya devam etmektedir. Artık geleneksel kapalı diplomasi sekteye uğratılmakta ve yerini kamuya daha açık olan *Kamu diplomasisine* vermektedir (Yağmurlu, 2007: s. 9-38). Chatfield sosyal medya araçlarına dijital kültürü taşıyan açık kapılar olarak bakmaktadır. Bu da bireylerin veya toplumların açık bir şekilde kendilerini ifade etmeleri ve kamuoyunun daha aydın bir şekilde yeni medya vasıtasıyla bilgilendirileceği anlamına gelmektedir. Chatfield yeni medyanın giderek artan etkisinin demokrasi anlayışına pozitif etki edeceğini savunmakta ve yeni medyanın uluslararası ölçekte daha çok kullanımının yaygınlaşması ile diplomasi üzerinde Daemokles'in kılıcı görevini üstleneceğini ifade etmektedir (Gökırmak, 2012: s. 3).

Sanat artık yapım ve üretim tarzına göre tanımlanmamaktadır. Giderek sanat duyulur olma özelliği ile daha tanınır hale gelmektedir. Bu nedenle yeni medya yeni sanat dalına çevrilmekte, daha çok duyulan ve hissedilen eserler ortaya koyabilmektedir. Sanatın oluşturulmasında kullanılan teknolojik araçlar her zaman saklanmaya çalışılmış, sanatın ortaya çıkmasında büyük rolü olan teknolojiler yadırganmıştır. Yeni medya ise kullandığı tüm teknolojik desteğini ortaya koymaktadır. Yeni medya üretimi olan sanat eserleri artık büyük korporasyonlar, web siteleri ve organizasyonlar için bir tık mesafededir. İnsanların boş zaman algısı da değişmektedir. Eskiden insanlar boş zamanlarını tiyatro, sinema ve müze gibi yerlerde geçirmekteydiler. Artık bireyler yeni medyanın ürettiği sanat eserleri ile boş zamanlarını geçirmektedirler. Bireyler Twitter veya Facebook için yazmakta, blog'lar

için bir şeyler üretmektedirler, ya da anlık video veya foto paylaşım ağlarında zamanlarını geçirmektedirler. (Alioğlu, 2013: s. 171-181).

Günümüzde kimlik ve vicdan konuları üzerinde muhalefet yürüten, hiyerarşisiz tabandan örgütlenen ve sanat ile mizahı muhalefetle örtüştüren yeni toplumsal hareketler, mobilizasyon sağlamak ve anında etkileşimi sağlayarak örgütlenmek için yeni medyanın sunduğu teknolojiyi son derece verimli bir şekilde kullanmaktadırlar. Toplulukların iletişim teknolojilerini bu derecede etkin bir şekilde kullanabilmeleri iletişim teknolojilerinin kullanılması kültürüne de yenilikler getirmektedir.

Ticari kontrol olmadan iletişim özgürlüğünün var olabilmesinden bahsedilmektedir. Aslında sosyal medya ne kadar sanal ve demokratik etkileşim ağı olsa da internetin olmadığı bir yerde hiçbir değere sahip değildir. İnterneti, yani sosyal ağa ulaşımı sağlayan kamu yönetimi kendisine yönelik ortaya çıkacak sorunlarda fişi elimizde olan internete ulaşımımızı bir anda elimizden alabilmektedir. Paylaşım açısından sosyal medya serbestlik verse de olağanüstü durumlarda yeni medyanın idaresi bireylerin elinde değildir. Thompson sosyal medyanın hatta siyasi güçleri bile kendi yararına kullandığından bahsetmektedir. Artık yeni medyanın iktidar mücadelelerinde kendini gösterdiğini ifade etmektedir. (Fuchs, 2016: s. 107-110).

Bazı ülkeler sosyal medyanın kendi coğrafyalarında kullanımına karşı çıkmaktadırlar. Buna sebep olarak sosyal medya araçlarının birçoğunun CIA ile bağlantısının olması ve kişisel verilerin arşivlerinde depolanmasını göstermektedirler. Çin, Kuzey Kore, İran ve diğer ülkeler sosyal medya kullanımına karşı çıkmaktadırlar. Türkiye, Mısır, Brezilya, Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkeler ise zaman-zaman kısıtlasalar da diğer ülkeler gibi tamamen yasaklamamaktadırlar. Çin gibi büyük potansiyele sahip ülke ise kendi nüfusundan elde edeceği potansiyeli yabancı kuruluşlara kaptırmamak için çaba göstermektedir. Kendi yazılım sistemleri ile sosyal ağlar oluşturarak nüfusunu kendi yararına kullanmak ve rejimine zorluk çıkarabilecek sanal toplumu törpülemek niyetindedir. (Eraslan ve Eser, 2015: s. 105-109).

Kırgızistan'da yaşayan Ahıskalı Türklerin yeni medyayı kullanım olanakları ile ilgili yapılan araştırmaya dikkat ettiğimiz zaman bir toplumun medya aracılığı ile diğer topluma nasıl entegrasyon sağladığını görebiliriz. Kırgızistan'da yaşayan Ahıskalılar üzerine yapılan araştırma sonucuna baktığımızda Ahıskalıların iletişim vasıtaları arasında en çok televizyonu, gazeteyi ve interneti kullandığını gözlemlemekteyiz. Yeni medya ve interneti iletişim aracı olarak, eğlenme ve sırasıyla zaman geçirmek

için kullandıkları görülmüştür. Araştırmada Ahıskalıların Orta Asya ülkesi olan Kırgızistan'da kitle iletişim araçlarından en çok televizyonu tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni ise, televizyonun daha az maliyetli olması gösterilmiştir. Yeni medya türlerinden olan internet kullanımı da Ahıskalılar arasında oldukça yaygındır. Şöyle ki, Kırgızistan'da Ahıskalıların % 50 civarında internet kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir. İnternet vasıtasıyla mobil cihazlara farklı programlar yüklenerek daha uzak mesafedeki Ahıskalılarla iletişim sağlanmaktadır. Haberleri takip etmek amacıyla da internet geniş çerçevede kullanılmaktadır. Ahıskalı Türkler Orta Asya'nın diğer devletlerinde olduğu gibi Rusça haber sayfalarını daha çok takip etmektedirler. Haberlerin Kırgızca yayın yapan organlardan değil, Rusça haber sayfalarından takip edilmesi Ahıskalı ve Kırgız toplumunun entegrasyon sürecinin yavaşlamasına sebep olmuştur (Yurdigül, Ünal ve diğ., 2018: s. 424-436).

Sonuç olarak kültürel kimliğin, mikro milliyetçiliğin, toplum kimliğinin oluşumunda kişilerarası, kültürlerarası ilişkiler önemli yere sahiptir. Yeni medya kullanımı ile farklı kültürlerin sunulması ve tanıtılması toplumların istemleri dışında gerçekleşmektedir. Toplumlar farkına varmadan yeni kültürleri benimsemekte ve bu kültürlerin kullanımını sağlamaktadır. Diğer bir taraftan etnik medya kullanımları kültürel etkileşim süreçleri içerisinde kültürel kimliğin en önemli taşıyıcısı ve koruyucusudur.

1.3. Yeni Medya Yolu İle Görünür Olma

Yeni medyanın sunduğu görünürlük, bireye günlük sıkıntılardan uzaklaşma, dijital teknolojinin desteği ile gerçek hayatta elde edemediği kimlik hazzını verebilmektedir. Birey kendi kimliği ile ilgili oluşturduğu sanal kimlik vasıtasıyla olduğundan farklı görünmekte ve yapay olarak sanal dünyada yaşamanın mümkün olduğuna inanmaktadır. Yeni medyadaki görünürlük, bireye yaşamın sınırlarından tamamen kaçmanın mümkün olabileceğini hissini vermektedir.

Giderek yeni medyanın daha yaygın bir şekilde kullanıldığı dünyamızda bireylerin kendilerini sunma amacıyla kurdukları profil oluşturma ve internetten yararlanma yüzdesi de artmaktadır. TÜİK'in Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırmasının 2018 yılı verilerine baktığımız zaman, Sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf gibi içerik paylaşımlarında

% 84.1 oranında bir gelişmenin gerçekleştiğini görmekteyiz. 2013 yılı istatistikleri ile kıyasladığımız zaman (%73) % 11'lik bir artışın olduğunu söyleyebiliriz. Bu da bireylerin yeni medyanın olanaklarını kendi kimliklerini sunmak için daha fazla kullanmaya çalıştıklarını bir daha gözler önüne sermektedir (TÜİK, 2019).

Yeni medyanın bireye sunduğu en önemli tanıtım özelliklerinden biri de onun öyküsel kimliğini öne çıkarmasıdır. Bireyin kendisi hakkında yazdığı ve paylaştığı "kendi olma" öyküsü bir nevi kişinin otobiyografisini sözellikten çıkararak görünürde sunumunu sergilemektedir. Birey kendisi hakkında sunmak istediği bilgiyi filtreleyerek istediği gibi yeni medyada sunabilir veya manipüle edebilir. Bunun için kişinin sunmak istediği içerik üzerinde tam hâkimiyeti olmalıdır. Hatta kişi kendisi hakkında daha önce sunulan bilgileri silerek yerine yenilerini eklemekle, kendisi hakkında yeni imaj, görünürlük oluşturabilmektedir.

Bireyler sosyal medyada kendilerini tanıtırken genellikle profil fotoğrafları ile harekete geçmektedirler. Profil fotosu her bir bireyin topluma vermek istediği mesajın veya görünmek istediğinin bir resmidir aslında. Bir diğer mesele ise Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinde talep edilen detaylı bilgilerdir. Birey yaşadığı yeri, çalıştığı iş yerini ve iletişim bilgilerini bu kısma ekleyerek kendini topluma tanıtmaktadır. Bu profil her zaman doğru olmayabilir. Bazen birey hiç yakınından bile geçmediği bir üniversite ismini profilinde yayınlayabilir. Yaşadığı mekân kırsal bölge olsa bile büyük şehirlerden birini yaşadığı bölge olarak kaydedebilir. Bu konuda yeni medyanın netleştirme imkânı olmadığı için bireye serbestlik vermektedir. Bazen de bireyler tamamen farklı profille kendilerini tanıtmaya çalışırlar. Akrabası olan bir çocuğun fotoğrafını veya her hangi bir canlının (kurt, kuş ve s.) fotoğrafını da profilinde kullanabilir. Bunlar da kimlik sunumunda tercih edilen diğer farklı yollardır. Hatta yaşlı olmasına rağmen birey gençliğinde çekilmiş fotoğrafını da sosyal medyada kullanabilmektedir. (Karayel ve Çerçi, 2015: s. 281-287).

Sosyal medya aracılığı ile sunulan kimlikler vitrin kimlikler olarak da bilinmektedir. Erving Goffman'ın vitrin kavramı açısından kimliklere yaklaşırsak gerçek kimlikler genelde odak dışında kalmaktadır. Kullanıcıların dikkat ettikleri, gerçek olarak algıladıkları kimlikler vitrinde sunulmaktadır. Yani bireyin kendisini sosyal medyada sunduğu kimliği kullanıcılar tarafından kabul görmektedir (Sağır, 2016: s. 230).

Her zaman birileri tarafından gözetlendiğimizi düşünürüz. Kullandığımız tüm medya araçları gözetlenmemize olanak sağlar. Bu gözetleme sadece sosyal medya yoluyla gerçekleştirilmez. Örneğin, her hangi bir kurumu sorun veya fikirlerinizle ilgili aradığınız zaman bağlantı gerçekleştirilmeden önce size hatırlatılan ilk şey şu olur: "kalite standartları gereğince, size iyi hizmet verebilmek için" ses kaydınız oluşturulmaktadır. Kapalı alanlarda ise "sizin güvenliğiniz için 7/24 kamera görüntüsü alınmaktadır" yazısını görürsünüz. Bunların hepsi farklı kimliklere sahip bireylerin her bir hareketinden haberdar olmak için yapılan eylemlerdir. Peki, her hareketinizden haberdar olmak kime, neden gereklidir? İlk önce bu sorunun cevabını vermek lazımdır. Bilgi edinme sayesinde kâr ve verimlilik elde edebilme daha çok artabilmektedir. Böylece kullanıcı deneyiminizi artırmak ve hayatınızı kolaylaştırmak daha kolay olacaktır. Sosyal medyayı kullanma ve bilgi edinme konusuna ticari açıdan yaklaştığımız zaman istesek de istemesek de, gönüllü veya gönülsüz hepimiz veri işçileriyiz. Günlük yaşantımızda kullandığımız sosyal medya ağları vasıtasıyla hepimizin birer veri üreticisi olduğumuzu unutmamak gerekmektedir (Şener ve Kuş, 2015: s. 53-54).

Sosyal medyanın kuruluşundan günümüze kadar geçen süreçte bir diğer görevi ise gizliliği sonlandırmak olmuştur. Wikileaks sosyal medyanın gizliliği sonlandıran temsilcilerinden biridir. Sosyal ağ 2006 yılından itibaren dünyanın farklı ülkelerinin hem politik, hem de ekonomik alanda birçok sırrını ortaya çıkarmakla meşguldür. Halk, hükümetlerin onlara açıklık getirebilecek ve bilgileri paylaşacak yeni medya olanağı bulamadığı sürece kendisine bu tür (Wikileaks) paylaşımları yapacak bir şeyler bulabilme arayışına girmektedir. Bilgi sızıntıları hükümetlere, halka ve topluma açık faaliyet yürütmenin nasıl olabileceğini öğretmiştir (Jarvis, 2011: s. 236-237).

1.3.1. Alternatif Kimlik Sunumu, Görünürlük ve Yeni Medyada Kimliklerin Karşılıklı Etkileşimi

Birey üye olduğu platformlar üzerinden kendisiyle ilgili bilgileri paylaşarak toplumsal görünür olmaya çalışmaktadır. Kendisinin kim olduğu ile ilgili bilgileri sosyal medya üzerinden sürekli olarak yayınlamakta, kendisinin tüketim alışkanlıkları, arkadaşlık ilişkileri veya aile yapısına dair bilgileri istediği tarzda kurgulayarak görünürlüğünü temin etmektedir. Böylece birey gündelik hayatındaki gerçek kimliğinin yanı sıra onu destekleyecek şekilde toplumsal kimliğini yansıtmak

amacıyla yeni medyayı kullanmaktadır. Yeni medya yolu ile birey kendi kimliğini şekillendirmektedir. Gittiği yerlerin görsellerini yeni medya üzerinden paylaşmakla takipçilerine kendisinin yeni benliğini sunmaktadır.

Goffman ve Niedzviecki toplumsal kimlik, sembolik tüketim ve benlik gibi kavramların yeni medya üzerinden paylaşılarak görünürlüğe kazandırılmasını yorumlamıştır. Goffman bireylerin çevresindekilere iyi izlenimler bırakmak, aktörler gibi daha çok alkış almak maksadıyla çeşitli rollere girdiklerini ve aldıkları geri dönüşler sayesinde arzu ettikleri bir kimlik oluşturduklarını ifade etmektedir. Bireyin kişiliğinin yeni medyada sunumunu sahne arkasında kurgulanan tiyatro oyununa benzetmektedir. Şöyle ki, kişinin yeni medyada daha önceden oluşturduğu ve senaryoya uygun bir şekilde kurguladığı kimlikler daha sonra çerçevelenmiş bir biçimde sunulmaktadır (Özdemir, 2015: s. 114).

Goffman sosyal kimliği sahne önü olarak tanımlamaktadır. Birey oluşturduğu sosyal kimliği ile arzu ettiği izlenimi yakalamak için *imaj* oluşturmakta ve bu imajlar vasıtasıyla kendisi hakkında bilgileri sosyal medyada sergileyerek kendisini markalaştırmaktadır. Bu nedenle sosyal medya bireye nasıl göründüğünü ve diğerleri tarafından kendisinin nasıl tanındığını gözlemleme imkânı vermekte ve kendisinin isteği doğrultusunda gelecekte nasıl görünebileceğine yardımcı olmaktadır (Özdemir, 2015: s. 114).

Kimlik çalışmalarında kimliğin ne olduğuna dair sorular bir kenara bırakılmıştır. Kimliğin nasıl inşa edildiği ile ilgili araştırmalar başı daha çok çekmektedir. Tartışmaların büyük çoğunluğunu *kimlikleşme* süreci oluşturmaktadır. Yeni döneme geçilmekle birlikte kimlik oluşumunun sabit ve bütün olmadığı, çelişkilerle dolu ve parçalı bir yapıya sahip olduğu görülmüştür. Daha önceler kimlikle ilgili yapılan araştırmalarda birey kimliğinin doğal ve verili olduğu düşünülmekteydi. Fakat son zamanlarda yapılan araştırmaların önemli konularından biri bireyin sosyal kimliğini nasıl oluşturduğu ve oluşturulan kimliğin nasıl devam ettirildiği yönündedir. Bireyin başkaları ile özdeşleşmesi ve bir dizi kimlikleşmeden geçmekle kendi kimliğini oluşturduğu fikirleri ortaya atılmaktadır. Kimlik araştırmacısı Woodward ise kişinin kim olduğuna dair kalıbın baştan verili olmadığını belirtmektedir. Yani, bireyler belli bir kimlikle doğmazlar, farklı etkileşimler sayesinde bir dizi kimlikleri taşırlar. Artık birey sadece bir kimlikle yaşamını sürdüremez duruma gelmektedir. Birden fazla kimliğin etkileşimi ile çoklu kimliklerle dolaşan kişilerle karşılaşmamız normal bir hal

almaktadır. Fakat yine de bireyin kendi kimliğini oluştururken farklı kimliklere sahip olmasındaki en önemli etki topluma mahsustur (Varol, 2014: s. 305-306).

Toplum bireyin çoklu kimliklere sahip olmasına neden olmaktadır. Medya kullanımının artması ile bireyin kimliğinin inşa edilmesinde medya büyük role sahip olmaya başlamıştır. Toplumsallaşmaya önem veren günümüz dünyasında görünür olmanın kimliğe etkisini yeni medyada görmekteyiz.

Bireylerin neden kendi kimliklerinin görünür olması yolunda çaba harcadıkları sorusuna birkaç yolla yanıt vermek mümkündür. Bu yanıtlardan biri kişinin kamusala ilişkin mekân ve zaman kısıtlamasının olmasıdır. Kısıtlamanın getirdiği sorunla baş edebilmek için kişi kendisini daha soyut ve kısa yol olan yeni medyaya yönlendirmektedir. Yeni medya vasıtasıyla kendi kimliğine daha özgür bir alan keşfettiğini zanneden birey kendisi de bir parçası olduğu yeni kamusallık türünü özgürlük hissi ile pekiştirmektedir. Yeni medyanın sunduğu fotoğraf, video ve film görsel paylaşımlarla birlikte sohbet ve tanışma odaları dâhil egemen temsil etme tarzlarına karşı alternatif kimlikleri ortaya çıkarmaktadır. Bu durum bireyin bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde kendi kimliğini sergilemek istediğini göstermektedir (Özdemir, 2015: s. 113- 115).

Yukarıda belirtilen yaklaşımların Foucault'un *benlik teknolojileri* kavramı ile yakınlık gösterdiğini görmekteyiz. Şöyle ki, birey kendisini yeni medya aracılığı ile deneyimleştirerek yargılamakla anlayabilir, sonrasında daha iyi bir şekilde yönetebilir. Yeni medyada görünür olma, sadece kişinin diğerleri tarafından denetletilerek yönetilmesine sebebiyet vermemekte, hem de bireyin kendisini izleyerek elde ettiği bilgiler ışığında yargılayarak kimliğine yön verebilmektedir. Birey toplumda maruz kaldığı baskıdan kurtulmak için de sosyal medyayı etkin kullanabilir. Eski yaşamından edindiği kimliğini değiştirmek amacıyla tamamen farklılaşmakla yeni bir yaşam biçimini takipçilerine sunabilir. Birey sosyal medyada takip ettiği kullanıcılarının sunduğu kadar kişiyi takip edebilmektedir. Yeni medya kendi profilini dışa kapayan bireye takip edenlerine sunduğu kadar takip olunma imkânı sağlamaktadır. Fakat beğeni ve görünürlük haricinde bireyin takipçileri ile fazla iletişimde olmadığı da bir gerçektir (Evren, 2013: s. 48).

Teknoloji günümüzde insanlara ürettiği simülasyonu gerçekçi bir şekilde sunabilmektedir. Uzak, dokunulmaz ve kurgusal bir yer olması sanal âlemin, yeni medyanın çekici olmasına neden olmaktadır. Bireyler yeni medyanın sunduğu

imkânları kendi istek ve arzuları içerisinde düşlerinin rahat edebileceği alternatif bir dünya olarak görmektedirler. Arzu edilen kurgusal bir dünyanın her an, şu anda yaşanılırlığı yeni medyanın her geçen gün daha çok tercih edilmesine neden olmaktadır. Schroeder yeni medyadan bahsederken, bireylerin yaşamlarında karşılaştıkları maddi ve manevi sıkıntılardan kaçması ve bu sıkıntıları unutması için bir mekân olarak tanımlamıştır. Yeni medya ile kurgulanan sanal yaşam alanı için teknolojik yeterlilik gerekmektedir. Bu yaşam alanına ulaşılabilirliği sağlamak için ise cihaz (telefon) ve internet talep edilmektedir. Birey kendisinin istediği kimlik alanını elindeki cihaz ve internet vasıtasıyla kolayca milyonlarca kişiye sergileyebilmektedir. Yeni medya bireylere gerçek hayatın sınırlamalarından kaçarak yeni bir dünya oluşturma çabasının gerçek olabileceğini empoze etmektedir. Bu fikre bireylerin inancı giderek artmaktadır. Yeni medya bireylere kendi kimliğinin gerçekliği içerisinde sıkıcılıktan uzaklaşarak sanal hayatta kendilerini sunabilme imkânı sağlamaktadır (Özdemir, 2015: s. 113- 115).

Yeni medya, günümüz kullanıcılarının dilinde yeni maceralar ve yeni ortamlar olarak görülmektedir. Kişilerin talepleri doğrultusunda dijital olarak yeni medya istenilen içeriğe ister gerçek zamanlı, isterse de sonrasında ulaşım imkânı vermektedir. İnteraktif özelliği taşıyan yeni medyanın manipüle edilebilir içerikleri de bulundurmaktadır. Yeni medya sadece mesaj ileten bir internet ortamı değildir. Enteraktif olarak hem mesaj verme, hem de mesajları paylaştırma gibi özelliği vardır. Alınan mesajlar bir noktadan çıkarak çoğul bir şekilde bireylere aktarılmamaktadır. Yeni medya ortamı sayıları durmadan artan kişilere karşılıklı olarak mesaj alıp –veren bir ortama çevrilmiştir. Alıcı ve verici arasında etkin bir paylaşım olmakla beraber, yeni medya her iki tarafın karşılıklı olarak kendi bilgilerini tüketmesine de neden olmaktadır. Yeni medya, kullanıcılarının istekleri doğrultusunda içerik düzenleyici olmakla birlikte, içeriğin yorumlanmasında ve üretilmesinde de çalışmalar yürütmektedir. Yeni medya tek taraflı değil, her iki tarafın aktif bir şekilde rol üstlendiği bir "mekân" haline gelmektedir.

Bireyler Niedzviecki'nin ifade ettiği gibi giderek daha çok Dikizleme Kültürü[1]'nü benimsemektedirler. Yeni medyanın sunduğu imkânlardan yararlanan

---

[1] Bireyin görmek ve görünmeye çalışma isteği. Normal bir ortamda uygun bulmayacağımız davranışları benimseyerek yaptığımız aşırıya kaçan paylaşımlardır. Kendini teşhir etmeye dayanan narsist bir dürtüdür.

bireyler kendi kimliklerinin dışarıdan nasıl görünür olduğunu, ötekilerin kendilerini nasıl görüp yorumladığına dair fikirleri daha çok önemsemektedirler (Dönmez, 2016, s: 787). Ergenlerin ve gençlerin daha çok görünür olma isteği olsa da, giderek yetişkinler de yeni medyanın kendini sunum imkânlarından yararlanmaktadırlar. Yeni hesaplar açan yetişkinler film izlercesine sosyal medyadaki hareketlilikleri takip ederken, günümüzde artık yetişkinler de bu hareketliliğin içerisinde kendilerine yer edinmektedirler. Sosyal ağların ilk kullanıldığı dönemlerde yetişkinlerde katılım açısından kuşku vardıysa artık bu kuşku yerini daha çok eğlenceye ve kendini ifade edebilme şansına bırakmaktadır. Gerçek hayattan elde edilen fotoğraf, video gibi görseller sosyal medyada sunularak bireylere yeni kamusal alanlar oluşturmaktadır. Yukarıda belirttiğimiz gibi bu durum bireye egemen temsil etme tarzlarından farklı olarak yenilenmiş mekân ve zaman hissi ile alternatif beden ve kimliği sunma imkânı vermektedir. Sosyal medya bireye her an her yerde görünür olma fırsatı verebilmektedir. Bu da insanların tarih boyunca gerçekleştirmek istediği arzularından biri olarak bilinmektedir (Gafuroğulları, 2015: s. 149-162).

Yeni medyanın yaygın olarak bilinen imkânlarından biri de yazılı içeriğin üretilerek paylaşılmasıdır. Artık anlık görsel ve işitsel veya hareketli öğelerin de aynı zamanda üretilerek paylaşılmasına olanak sağlanmaktadır. Bireylerin müzik paylaşımı, elektronik postaların gönderilmesi gibi birçok öğelerden yararlanmasına yeni medya destek vermektedir. Yeni medyanın tanıdığı bu olanaklar elektronik medya olarak da bilinmekte ve yeni medyanın aracılığı ile yapılan bu paylaşımlarda zaman ve mekân belirsiz kılınmaktadır. İletişim sağlanırken diğer bireylerin fiziksel mevcudiyetine bile gerek duyulmamaktadır. Bu durum gerçek zamanda birden fazla kişiyle iletişim kurulmasına yardım etmekte ve zaman yönetimine de etki etmektedir. Sosyal medyanın yeni medya olarak kullanım oranının artması sonucu yeni bir sosyalleşme durağı haline gelen sosyal ağlar içerisinde toplumsal aktörleri yeniden yapılandırılmıştır. Böylece bireyler daha kolay bir şekilde kendilerini sergilemektedirler (Evren, 2013: s. 21).

Bireyler artık kendilerini toplum içerisinde tercih ettikleri sosyal ağlar üzerinden yaşatmaya ve varlıklarını sürdürmeye devam etmektedirler. Belli bir sosyal ağa üye olmayan birey kendisini toplum içerisinde dışlanmış gibi hissedebilmektedir. Artık insanların gerçek dünyası ile birlikte bir de sosyal dünyası mevcuttur. Bunun ne kadar derinine işleyeceği ve toplumu giderek sosyal (sanal) medyanın içerisine ne kadar

çekeceği öngörülememektedir. Yeni medya 2000'li yılların ürünü olmasına rağmen her yaşa ve neredeyse toplumun tüm kesimlerine etki etmektedir. Giderek farklı iletişim teknikleri üzerinde kendi ağırlığını koymakta ve yeni toplumsal ilişkilerin gelişmesini sağlamaktadır. Sosyal ağ siteleri gittikçe gelişmesini sürdürmekte ve araştırmacılar tarafından ağ kullanıcıları yeni bir topluluk türü olarak tanımlanmaya başlanmaktadır. Geleneksel medyadan farklı olarak sosyal medya iki yönlü konuşma imkânı sağlamakta, açık sistem üzerinden etkileşimi gerçekleştirmektedir. Bireyle şeffaf olmakta ve ona birebir pazarlama, onaylama şansı vermekte ve birincil bilgiyi kişi veya toplumun kendisinin alabilmesine olanak sağlamaktadır (Gafuroğulları, 2015: s. 149-162).

İlk başlarda yapılan çalışmalarda yeni medyanın bireye etkileri araştırılmaktaydı. Ancak daha sonra bireyin medyaya neden ihtiyaç duyduğu konusu araştırılmaya başlanmıştır. Bu yaklaşım artık araca değil, aracı kullanan kişinin neden kullandığına odaklanmaktadır. Rosengren yeni medyanın kullanım ihtiyaçlarını *kullanımlar ve doyumlar* yaklaşımı ile açıklamaya çalışmaktadır. Birkaç başlık altında iletişim ihtiyacının nedenlerini sıralamaktadır: T*oplum yapısı, biyolojik ve psikolojik ihtiyaçlar, kişisel sorunlar, problem çözümü veya tatmin olma*. Katz ise bireylerin medyadan, daha doğrusu yeni medyadan bazı ihtiyaçlarının giderilmesini büyük umutla beklemektedir Bu ihtiyaçları genel olarak toplumsal ve psikolojik kökenli ihtiyaçlar olarak nitelendirmektedir. Katz yine de bireylerin medya yoluyla ihtiyaçlarının bir kısmını karşıladığını ileri sürerken izleyici ile birey arasında işlevsel bir ilişki olduğuna da değinmektedir. Her ne kadar medya bireyin psikolojik ve toplumsal ihtiyaçlarını karşılasa da, birey sadece medyanın ona sunduğu kadarını elde edebilmekte, ihtiyacını kendi gerektiği kadar değil, medyanın ona verdiği kadarını karşılamaktadır (Yengin ve Kınay, 2015: s. 211-216).

1.3.2. Yeni Medya Kullanımında Psikolojik ve Sosyal Faktörler

Yeni medya, sosyal ağlar vasıtasıyla bilgilenme ve haber elde edebilmenin yanı sıra, sosyalleşme ihtiyaçlarımıza da hitap etmektedir. Yeni medyanın insan hayatına bu kadar hızlı bir şekilde girmesinin kuşkusuz psikolojik, iletişimsel ve sosyolojik etkileri mevcuttur. Günümüzde bu etkilerin içerisinde en çok dikkat çekenleri psikolojik ve sosyolojik nedenlerdir.

Yeni medya zaman ve mekân sınırlaması olmadan tartışmanın gerçekleştirildiği, paylaşımın yapıldığı iletişim aracıdır. Teknoloji vasıtasıyla kendimiz gibi düşünen, fikir ve düşüncelerini paylaşan bir topluluğun içerisinde yer alabilmekteyiz. Bu da insani ihtiyaçların topluluk içerisinden giderilmesine olanak sağlamaktadır. Sosyal medya araçları ile olan ortak özelliklerimizi anlamak, sosyal medyayı anlamak demektir. Sosyal medyanın bağlılık, katılım, açıklık, diyalog ve topluluklar gibi sınıflandırması mevcuttur (Gafuroğulları, 2015: s. 149-162). Bu sınıflandırmalar sosyalleşme ihtiyacı duyan bireylere dair önemli bilgiler içermektedir.

Yapılan sosyal deneylerle sosyal kaygılı bireylerin sosyal medyayı kullanarak bu kaygılarından kurtulduğu saptanmıştır. (Stevens ve d, 2007: s. 686). Çünkü sosyal medyada sosyal kaygılı bireyler oluşturdukları profiller vasıtasıyla tanımadığı bir kişi ile iletişime geçerek kendisini görmeden ve duymadan diğer bireylerle sorunlarını paylaşabilmekte, kendi fikirlerini serbest bir şekilde ifade edebilmektedir. Zaten fiziksel olarak gerçekleştirilen iletişimlere kaygıyla yaklaşan ve bu nedenle de toplumdan uzak kalmayı tercih eden sosyal kaygılı bireyler sosyal medyada doğrudan fiziksel katılım olmadan kendilerini rahatça dışa vurabilmektedirler. Bunun nedenlerinden biri sosyal paylaşım ağları vasıtasıyla oluşturulan kimlik profiline sahip olan bireyin karşısındaki kişi tarafından yargılanmayacağını bilmesidir. Fiziksel aktivite olmadığından önyargıyla davranılmayacağını da hisseden birey kendisini rahatça ifade edebilmektedir. Kendi kimliğine karşı duyulacak küçük bir saygısızlık anında birey rahat bir şekilde profilini kapatarak fiziksel sosyal yargılardan uzaklaşabileceğini düşünmektedir. Bu nedenle sosyalleşme aracı olarak yeni medyanın verdiği kolaylıklar hiçbir zaman dışlanamaz (Stevens ve Morris, 2007: s. 52).

Bilgi alışverişinde bulunulan ve evlenme programları ağları dışında birçok duyguların paylaşıldığı ve tartışmaların yapıldığı forumlar mevcuttur. Bu forumlar vasıtasıyla bireyler başkalarının yazdıklarını okumakta ve yorum yapabilmekte, yeni gelişmeleri diğer kişilere aktarabilmekte, istediği fotoğraf veya videoyu buradan paylaşabilmekte, fikir alma ihtiyacı hissettiği farklı konularda yardım talebinde bulunabilmekte, edebi yazı, şiir veya şarkı gibi eğlence ve kültürle ilişkili konularda paylaşım yapabilmektedirler. Bir birini tanımayan bireyler fiziksel olarak temas kurmadan sonsuz sayıda ileti göndermektedirler. Sosyal medya toplumsal olarak kararların verilmesinde önemli role sahiptir. Kimliğini yeni medya profili altında

saklayan birey buradan farklı kesimlere komuta verebilmektedir. Dünyanın farklı ülkelerinde gerçekleştirilen ayaklanmalar, devlet ve yönetimlere karşı direnmelerin birçoğunda yeni medyada kendi profilini saklayan bireylerin izi vardır. Gizli profilini kullanarak topluma hitap eden, komuta veren bireylerin gerçekleştirdiği eylemlere son zamanlarda sık sık rastlanmaktadır. Bu nedenle yeni medya araştırmalarında dikkat edilen en önemli meseleleri aşağıdaki gibi sıralamak gerekmektedir:

a. Yeni medyanın bireye etkisi,
b. Bireyin yeni medya üzerindeki etkisi,
c. Yeni medyanın toplum üzerindeki etkisi ve
d. Toplumun yeni medya üzerindeki etkileri (Bezci, 2015: s. 30).

Günümüzde iletişim alanında yapılan araştırmalarda ortaya çıkan sorulardan biri de sosyal medyanın gerçekten düşünüldüğü gibi bir toplumsallık oluşturup oluşturmamasıdır. Bireyler kendi kimliklerini daha çok yeni medya vasıtasıyla toplumsallaştırmaktadırlar. Yeni medya farklı kimlikleri yansıtır ve bir kullanıcının paylaşımını diğer kullanıcılar sadece izlemektedir. Burada sadece izleme vardır, katlanma veya tolerans yoktur. Demokrasinin sosyal medya üzerinden oluşacağını varsayanlar ise toplumun bir birine katlanmadan oluşacağını düşünmektedirler (Bezci, 2015: s. 29-33).

İnternet teknolojileri gündelik hayatımızın neredeyse her alanında bizimle iç içedir ve artık hayat tarzımız olmaya başlamıştır. Bazı sosyologların yorumlarına göre yaşadığımız çağ artık postmodern çağ değil, posthumanitaryen çağdır. Sosyal medya kullanımının artması ile medyatik bilgiler önceleri *nimet* olarak değerlendirilmekteydi. Daha sonra bu bilgilerin bireyleri temsil etme biçimi eleştirilmeye başlanmıştır. Sosyal medya iletişimin yeni bir biçimi olarak değerlendirilmektedir. Bireyler kullanıcı sıfatıyla sosyal medyada bilgi sörfü yapmaktadır. Sadece bir tıkla birey bulunduğu yerden olaylara yön verdiğini sanmakta, kendisini *düşünen müşteri* olarak görmektedir. Bu olay sosyal medyanın bireylere bilgi veya dünyayı yönetme fikri sağladığı açısından trajiktir (Önkal ve Gündüzlü, 2015: s. 38).

Beğeni ve yorumları ile birey kullandığı sosyal medya ağları içerisinde kendisinin gerçek hayattaki özel alanını daraltırken, kamusal alanını sanal olarak genişletmektedir. Aslında diğer taraftan bireyler kendilerinin yapay kimliklerini sosyal

medya vasıtasıyla toplumsallaştırırken, gerçekte ise kendi kimliklerini asosyalleştirilmektedirler.

Sosyal medya profillerinde kullanılan gerçek kimlikler etkileşimin tonunu değiştirmektedir. Tweet atan kişi kendi aklı ve ünü ile kimliğinin ortaya çıkmasını sağlar. Facebook ise bireylerle gerçek hayatta gerçek ilişkiler kurmaya çalışmaktadır. Zuckerberg, Facebook'ta her şeyin (birey kimliği, profil gerçekliği) gerçek olması zorunluluğunun olmadığını savunmaktadır. Bununla birlikte Facebook kurucusu Zuckerberg insanların sosyal medyada sadece tek gerçek kimliğe sahip olduğunu söyleyerek farklı kimliklere sahip olmanın giderek azalacağına dikkat çekmektedir. Sosyal medya dışındaki kimliğimiz bizim birincil şahıs ifademiz, itibar ise başkalarının bizde gördükleri üçüncü şahıs algılardır. Bireylerin giderek artan kamuya açıklığı sayesinde her ikisi bir birine yaklaşmakta veya aksine çatışmaktadır. Her ikisinin yaklaşımı veya çatışmasından gerçek kimlik profilimiz oluşmaktadır (Jarvis, 2011: s. 160-161).

Ahıskalı Türklerin toplum kimliklerini sunumu ve yeni medya alışkanlıkları kültür yapılarıyla ilişkilidir. Bazı toplumlar yeni medyayı kısa sürede benimsemiş, diğer bir kısmı ise çekingen davranmışlardır. Her ne kadar Ahıskalı Türkler kendi kültürel kimliklerini diğer toplum kültürleri ile adapte etseler de, bunu medyatik kültürleri için söylemek mümkün değildir. Ahıskalı Türkler kendi kültürel kimliklerini korumakta isteklidirler. Fakat asimilasyona hazır bazı toplumlar gibi kendi kültürel kimliklerini korumakta da isteksiz değildirler. Çünkü Ahıskalı Türkler kendi kültürel kimlikleri konusunda isteksiz davranmaları karşılığında tarihsel, geleneksel, ulusal kimliklerini de kaybedecekleri düşüncesindedirler.

Avrupa'ya göç etmiş Türklerle Ahıskalı Türklerin kültürel kimliklerini koruması ve yeni medya kullanım olanaklarını kıyasladığımız zaman büyük bir farkın oluştuğunu gözlemleyebiliriz. Uzun süredir Avrupa'da yaşayan bir ailenin çocuğu veya Türkiye'de doğduktan sonra Avrupa'ya göç etmiş kişinin Türkçe konuşamaması, bulunduğu ortamın kültürünü ve davranış kalıplarını benimsemeleri bilinçli bir seçimin ortaya çıkardığı sonuçlar olarak algılanmaktadır. Bu durum aniden gelişen bir olay değil, zamanla kişinin ortamla uzlaşması ve benimsemesi ile ortaya çıkmaktadır. Fakat Ahıskalı Türklerin toplum yapısında ise böyle duruma rastlanmamaktadır. Aksine bulundukları toplumların içerisinde kendi kültürel kimliklerini korumaya daha eğilimlidirler (Yurdigül, Ünal ve diğ., 2018: s. 421- 423).

Medya giderek kültürel kimliğin inşasında kendi rolünü artırmaktadır. Uluslararası politikanın kültürel etkileşim konusunda gerçekleştirdiği çalışmalarda önemli bir parçayı oluşturmaktadır. Medyanın kültürel kimliğin oluşumundaki etkisini daha çok 1980'lerden sonraki süreçte Avrupa Birliği'nin Avrupalı kimliğini inşa etmesi sürecinde görebiliriz. O dönemde medyanın kimlik oluşturmadaki desteğinden yeterince yararlanılmıştır.

1.3.3. Bireyin Yeni Medya Yoluyla Görünür Olma İsteği ve Görünürlükte Toplumsal Normlara Uyum

Birey kendisinin sosyal kimliğini sosyal ağlar vasıtasıyla oluştururken görünürlüğe önem vermekte ve sosyal medyada her zaman görünür olmak istemektedir. Fikirlerini, düşüncelerini sosyal ağlar vasıtası ile diğer insanlara yaymaya çalışmaktadır. Sosyal ağlarla yayılan kimlik türü yeni bir sosyal kimliği ortaya çıkarmaktadır. Sosyal kimliğin diğer kimlik türlerinden farkı, onun değiştirilebilir, satın alınabilir olmasıdır. James`e göre bireyler farklı izleyicilere kendini kabul ettirebilmek için çoklu sosyal kimliklere sahip olmayı stratejik olarak benimsemektedirler (Özdemir, 2015: s. 113- 115).

Kimliğin temsili ile tüketimi iç içedir ve bireyin yaşam tarzının fragmanları birey tarafından imaj şeklinde sunulmaktadır. Kendi imajını oluşturan birey sosyal medyanın verdiği imkânlardan yararlanarak kendisi için özel olan günleri, mekânları sergilemekte ve kendi hakkında sunmak istediği bilgiyi diğerlerine aktarabilmektedir. Buna Twitter, Instagram, Foursquare gibi sosyal paylaşım ağlarını örnek olarak gösterebiliriz (Evren, 2013: s. 21).

Goffman, çevresindekiler üzerinde iyi izlenimler bırakmak ve alkış almak için kişilerin aktörler gibi isteklerinin olduğunu ileri sürmektedir. Bu nedenle bireyler çeşitli rolleri gerçekleştirmekte ve sahnede olduğu gibi toplumdan aldıkları geri dönütleri inceleyerek isteklerine uygun bir şekilde kimliklerini oluşturmaktadırlar. Bireyler kendilerine biçtikleri kimlik rollerini ideal bir şekilde oynamaya çalışmaktadırlar. Bu nedenle, kişiler sosyal medya hesaplarında sergiledikleri kimliklerinin amacına uygunluğuna dikkat etmektedirler. Aslında bu durum kişinin, "olduğun gibi görün" düşüncesinden uzaklaşarak "görünmeye çalıştığın gibi ol" ilkesine daha çok yakınlaşmaktadır. Niedzviecki "Dikizleme Günlüğü" kitabında internetin giderek insanların hayatına daha çok girmeye başladığına, kimliklerin

giderek kamusallaştığına dikkat çekmekte, bireyin giderek daha çok görmek isteğine ve görünmeye çalıştığına vurgu yapmaktadır. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Flicker, MySpace gibi sosyal medya ağlarının dikizleme kültürünün bir parçası olduğunu ifade etmektedir. Her ne kadar bireyler dış görünüşlerini çevrimiçi sosyal ağlarda sunmaya çalışsalar da, kimlik üretimindeki normlar toplumsal normlara uygun bir şekilde hayata geçirilmektedir (Özdemir, 2015: s. 115).

Artık yeni medyanın aktif kullanıcıları olan bireyler yaptıkları içerik paylaşımlarını hedef kitlesine göre ayarlamakta ve geri dönüşe dikkat etmektedirler. Yapılan paylaşımların daha çok beğenilebilir olması önemli yere sahiptir. Birey yeni medyada kendisini sunarken bedenini idealleştirmektedir. Bu da daha çok kişinin yeni medyada oluşturduğu profilinde kendisini göstermektedir. Sosyal medyada yerleştirilen profil fotoğrafları bireyin diğer fotoğrafından farklı olmalı ve kişinin birebir kimliğini yansıtmalıdır.

Postmodern bireyler günümüzde tüm alışkanlıklarını ve hayat tarzını, hatta aile ve arkadaşlarını yeni medya vasıtasıyla paylaşmaktadır. Toplum yeni medyanın sunduğu imkânlardan yararlanarak gösterişçi toplum olmaya dönüşmektedir. Birey postmodern öncesi kimliğini sunarken tuval veya kâğıt olsun basılı resmini sunarak kendi suretini paylaşmaya çalışmıştır. Yeni medya ise bu paylaşımları daha da kolaylaştırmıştır. Her iki paylaşımda (tuval üzerinde çizilen resim veya sanal fotoğraf) birey kendini, suretini diğerleri ile paylaşmaya çalışmaktadır. Fakat yöntemler farklıdır. Sanal ağlar bireylere kendi tanıdıkları içerisinde paylaşım yapma imkânı vermektedir. Bu yönüyle teknoloji gerçekten daha gerçek bir simülasyonu gerçekleştirmektedir. Günümüz toplumunda sanalın daha çekici olmasının nedenlerinden biri de kurgusal ve dokunulmaz olmasıdır. Yeni medya bireylere daha ütopik ve ideal bir hayatın olabileceği kanısını vermekte ve bu hayatın içerisinde yaşanabileceğini sunmaktadır (Pösteki ve Velioğlu, 2014, s. 3-6).

Birey kendisinin kim olduğunu, ilgi alanlarını yeni medya vasıtasıyla sunmak için çaba göstermektedir. Bu da sosyal medyanın kullanıcısını bir kimlik performansına sürüklemesinden ileri gelmektedir. Yani, yeni medyanın en önemli işlevlerinden biri de kullanıcıyı kimlik performansına sokmasıdır. Elektronik ortamda bireyin kendisini sergilemeye çalışması bireyselliğin yeni görünümlerinden biridir. Kendisine ilişkin bilgileri sosyal ağlarda sergileyen birey toplumsal görünürlüğünü de ortaya çıkarmaktadır.

James'e göre, bireyler kendi kimliklerini farklı izleyicilere kabullendirmek için farklı kimlik profilleri kullanmaktadırlar. Bu da stratejik olarak çoklu sosyal kimliklere sahip olmaya neden olmaktadır. Niedzviecki ise, bireylerin kendi kimliklerini daha çok kamuya açma isteğinin olduğunu, yeni medyanın buna rahatlıkla yol açtığını ifade etmekte ve bireylerin daha çok görmeye ve görünmeye çalıştığına dikkat çekmektedir. Fakat bireyler kendi kimlikleri hem çevrimiçi, hem de çevrimdışı ortamlarda gerçekleştirme imkânı bulsa da, kaçamadıkları tek şey toplumsal normlara uygun bir şekilde kendi kimliklerini sunmaya çalışmalarıdır. Yani, kişiler kendi kimliklerini sosyal ortamlarda oluştururken var olan sosyal kurallara dikkat etmekte ve bu kurallara uygun bir şekilde kendi kimliklerini oluşturmaktadırlar. Toplumsal normlara uygun olmayan bir tarzda sunulan kimlikler alay konusu olmakta veya cezalandırılmaktadır (Özdemir, 2015: s. 114).

İnançlar ve varsayımlar bireyler tarafından kendilerine uygun bir şekilde, kendi amaçları doğrultusunda edinilmekte ve yeniden üretilmektedir. Yeniden üretimlerin sayesinde bireyin kendine özgü imajı da kendisi tarafından oluşturulmaktadır. Oluşturulan imajlar bireyin kendi amaç ve niyetlerine uygun üretildiği için diğer bireylere de kurulan ağlar vasıtasıyla aynı şekilde ifade edilmektedir. Bireyin oluşturduğu kimlikler yeni medyada, özellikle de sosyal medya ağlarında gerektiği an ortaya çıkarılmaktadır. Yani, gündeme uygun bir şekilde birey kendi kimliğini sosyal medyada sergilemekte ve bunun üzerinden kendi kimliğinden haz elde etmektedir. Buna, bireyin kimliğini mekâna ve zamana göre ortaya çıkarması, kendi kimliğinden yararlanması olarak da bakabiliriz.

Dijital ve kamusal alanlar günümüzde yeni müzakere imkânları ve ortamları oluşturmaktadır. Güç alışkanlıkları ve dengelerini dönüştüren dijitalleşme uluslararası ilişkilerin kapalı durumunu açığa değiştirerek daha çok şeffaf bir hal almaktadır. Bu nedenle yeni medya uluslararası ilişkileri kapalı yapısından kurtararak açık bir yapıya dönüştürmekte, katılımcı demokratik bir yapıyı toplumlar arasında oluşturmaktadır. Kamusal alanlar yeni medya sayesinde çeşitlenerek artmaktadır. Bu uluslararası iletişim ve dijital diplomasi açısından birçok fırsat sunsa da, bu fırsatlar kendisi ile birlikte bazı sorunları da getirmektedir. Sosyal medya diplomaside her ne kadar topluma demokratik hitap edebilme şansı verse de, hitapların halen monolog bir şeklinde yapılması oldukça düşündürücüdür. İletişim alışkanlıklarının sosyal medyada

yapısal anlamda ciddi değişikliklere halen ihtiyacı olduğunu ifade etmek gerekir (Kurt, 2015: s. 331-334).

Günümüzde iletişim ve özellikle son zamanlar hızlı bir şekilde gelişen yeni medya toplumun bir ihtiyacıdır. Fakat bir çocuğun yetişmesinde gıda ne kadar önemliyse, gıda dışında diğer öğelerin de o kadar önemli olduğunu biliyoruz. Toplum için de iletişim gıdadır, fakat toplumun tüm ihtiyacı değildir. Diplomasi açısından topluma hitap edecek en etkin araçlardan biri yeni medyadır. Örneğin dünyanın en gelişmiş ülkelerinde bile diplomatlar Twitter vasıtasıyla halka seslenmekte yeni medyayı kendileri için bir kürsü olarak kullanmaktadırlar. Liderler sosyal medya üzerinden yaptıkları konuşmalarında sadece kendi uluslarını ilgilendirecek ve onlara yönelik konuşmalar gerçekleştirmektedirler. Küreselleşen dijital dünyamızda ise bu adımlar yanlış karşılanmaktadır. Çünkü dijital dünya vatandaşlığı bakışı açısından toplumun sınırı yoktur ve iletiler küresel ölçekte biçimlendirilmeye ihtiyaç duymaktadır.

Son 20 yılda internetin kamusal alan olup olmadığı konusu üzerinde tartışmalar sürmektedir. İkinci bir tartışma konusu ise internetin evrensel ve eşit olup olmadığıdır. Araştırmacıların büyük çoğunluğu internet kullanımının eşit olmadığını ifade etmektedirler. Son yıllarda internet teknolojisinin giderek gelişmesi bu fikirleri altüst etmektedir. Hatta internet kullanıcılarının elde ettikleri iletiler sayesinde diğer internet kullanmayan bireyleri bilgilendirdikleri görülmektedir. Önceleri birey interneti sadece e-posta göndermek veya kabul etmek için kullanmaktaydı. Ancak internet üzerinden sosyal medyanın ortaya çıkması ve geliştirilmesi farklı fikirlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Sosyal medyanın kamusal alan olup olmadığına dair araştırmasında Christian Fuchs ilginç tezler ortaya koymuştur. Fuchs twitter'in kamusal alan oluşturmadığını ifade etmekte, demokrasinin bile umudu olmadığını savunmaktadır. Aslında bu fikirler sosyal medyanın kamusal alan oluşturduğunu ifade eden birçok araştırmacının aksini söylemektedir. Fuchs Arap baharı ve Wikileaks örneklerini göstererek bunu sadece bölgeye göre değişiklik gösteren sosyal topluluk hareketleri olarak nitelendirmiştir. Toplumun ise çeşitli ülkelere göre farklı özellikler taşıdığını örnek göstererek kamusal alan oluşturması için toplumların aynı özelliklere sahip olması gerektiğini ifade etmektedir. Fuchs'un bu fikirleri bizim sosyal medya konusunda yeniden düşünmemiz

gerektiğini, kamusal alan tartışmalarımızda temkinli adımlar atmamızın önemli olduğunu bir daha hatırlatmaktadır (Olgun, 2016: s. 171-173).

Yeni medyanın kendisine ait bir meşruiyeti yoktur. Bu nedenle toplumsal bir birlik oluşturma çabasına girer ve kendisine kurgusal bir toplum oluşturmaya çalışır. Sosyal medyanın bu tür kurgusuna şeffaflık ve bir bütünlük içinde kurgusal olan simülasyon da diyebiliriz. Şunu da dikkate almamız gerekir ki, medya kendisinin eleştirel başarısını kaybettiği zaman sosyal medya karşı kamusal alan olarak ortaya çıkar. Sosyal medya aktörleri kendileri için uygun bir sosyal ortamı oluşturur ve kendi haber ağları üzerinden kitlesel eylemlerde bulunabilirler. Böyle bir durumda sosyal medya karşı kamusal alan olarak nitelendirilmektedir.

Yeni medya Batının kültürel kodlarını kendisinde taşımaktadır. Çünkü kendilerini ortaya çıkaran endüstri kültürünü de ürettiği teknolojiye empoze etmektedir. Batı kültürüne uyumlu olan eğlence, moda, imaj ve kültürel biçimler, kimliğin sunum tarzı ve diğer bunun gibi birçok olanaklar sosyal medya ağlarına entegre edilmiştir. Sosyal medya ağlarına yapılan entegre zamanı bazı kodlar belirleyici niteliğe sahiplenmiştir. Bunları farklı kültürlerle kıyasladığımız zaman farklılıkları şöyle görebiliriz: Gözetlemenin normal hale gelmesi, Mahremiyet Algısında farklılık, Görüntünün içeriği, Gösterişin endüstri haline gelmesi, Bireyciliğin yaygınlaşması ve Yüzeysel ilişkilerin giderek artması (Okur, 2016: s. 302-303).

Sosyal medya sanal da olsa toplumsal ilişkilerin devam etmesi açısından alternatif bir alan olarak görülmektedir. Her ne kadar alternatif toplumsal ilişkilerin devam ettirilmesinde büyük rolü olsa da, bireylerin birbirleriyle olan ilişkilerinin yüzeyselleşmesine de neden olmaktadır. Dostluk ve arkadaşlık gibi değerlerin içi sosyal medya yüzünden boşaltılmaktadır. Sosyal medyada binlerce arkadaşa sahip olan kişidense gerçek hayatta 10'a yakın arkadaşı olan kişi daha şanslı olarak gözlemlenmektedir. Yeni medya bir tıkla bireye binlerce arkadaş kazandırmaktadır. Tabii bunlar sanal arkadaşlardır ve gerçeklikte *denenmemiş* bireylerdir. Sosyal medyada kurulan arkadaşlıkların değerinin bu kadar zayıf olmasının nedeni bu arkadaşların *yüksek ölüm nedeninin* (aniden ortadan kaybolabilmesi) olmasıdır. Bir tıkla sayısı binlerce kişiye çıkan arkadaşlar, en küçük hatada veya ilgisizlikte ortadan kaybolmaya başlamaktadır. Sosyal medya aracılığı ile edinilen arkadaşlar hayatta gerçek biri olarak bireyin karşısına çıkmayabilir. Hatta bazı sanal kimliklerle

bireylerin arkadaş olduğu kişiler hiçbir zaman bireyle yüzleşmeyebilir veya karşılaşmayabilir. Tüm bu nedenler yeni medyada kimliklerin ne kadar geçici olduğunu ve sosyal medyanın ne kadar geçici kimlik, fani arkadaşlık, fani topluluk oluşturduğunu göstermektedir (Okur, 2016: s. 302-304).

Yeni medyada kimliklerin sunumunda dikkat edilen hususlardan biri de mahremiyet olgusudur. Gençler kendilerinin gözetim araçları tarafından mercek altında tutulduğunu ve gözetildiğini unutan kişilerdir. Toplumun önemli kısmını oluşturan bir yaş grubunun gençler olduğunu düşünürsek yüksek oranda bireylerin sosyal medyanın gözetimini dikkate almadığını söyleyebiliriz. Gözetim araçlarının, yani sosyal medyanın verdiği haz mahremiyet olgusunun önüne geçer. Bireyler gönüllü olarak gözetim araçlarının bir parçası haline getirdikleri kimliklerini mahremiyetten sakındırmak bile istemezler. Haz daha güçlü bir şekilde etki eder ve özellikle daha çok genç bireyler gözetime karşı direnç gösteremez hale gelir ve her türlü gözetimi benimsemeye başlarlar.

Sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte bireylerin kendini sunum şeklinde de karmaşık durum ortaya çıkmıştır. Birey giderek kendi alanı ile topluma ait olan alan arasındaki sınırı çizmekte zorlanmaktadır. Özel hayat kavramı her geçen gün giderek anonim bir duruma çevrilmektedir. Bireylerin sanal alandaki davranış şekilleri de değişmiştir. Mahrem olmaktan çıkan her şey artık sosyal medyada paylaşılabilir olmaktadır. Aslında eğer sosyal medya işlevi gerçekten de böyle bir hale dönüşmeye başlarsa toplumda özel alanın yokluğu oluşmaya başlayacaktır (Okur, 2016: s. 315-317). Bu da mahremiyet olgusunun sonunu getirir ve gözetimin tamamen normal bir durum olmasına sebep olur.

Bireysel ve toplumsal değerlerin kazanıldığı, sosyalleşmenin daha da önem kazandığı bir döneme denk gelen gençler sosyal medyayı daha çok kullanmaktadırlar. Sosyal ağlarda gençlerin daha çok zaman geçirmesi onların hayat tarzlarını ve değer yargılarını buradan elde edeceği algısını oluşturmaktadır. Bir sözle sosyal kimliğin oluşum aşamasında olan genç bireyin kimliği, mutlaka sosyal medyanın ona sunduğu kimlik kalıbından nasibini alacaktır.

Bireyin toplumun kural, ilke ve değer özelliklerine uygun davranış sergilemesi ve bu özellikleri öğrenerek kendi kimliğine uygulaması post–modern sosyal medya alanında görülmektedir. Yeni medya artık bireyin sosyalleşme aracı haline gelmiştir. Yeni süreç bir başka adıyla dijital sosyalleşme olarak isimlendirilmektedir. Birey

kendi profiline uygun kimliğe sahip kişiyle arkadaşlık kurmak, yeni yerleri tanımak veya yeni uygulamalar hakkında bilgi almak istediği zaman sosyal medya araçlarına başvuru yapmaktadır. Oluşturduğu sorular üzerinden birey sosyal toplumdan bilgi toparlayabilmektedir. Üniversite tercihlerinde, gidilecek yerin araştırılmasında ve hatta restoran seçiminde bile sosyal medya vasıtasıyla bilgilere ulaşılmaktadır. Yeni medyada birey kendisini sunarken kuralsız bir alan olduğunu düşünerek paylaşımlar yapabilir. Lakin unutmamak gerekir ki, sosyal medyanın da kendi dili, kuralları, davranış kalıpları ve ilkeleri vardır. Bu kurallar formal ve informal olarak ikiye ayrılmaktadır. Formal kurallar sosyal paylaşım ağlarının yönetim kuralları içerisinde yer almaktadır. İnformal kurallara ise sosyal ağlarda rastlanmamaktadır. Bireyin kendi kimliğine ve kültürüne bağlı olarak informal kurallar yeni medyada uygulanmaktadır (Eraslan ve Eser, 2015: s. 17-22). Örneğin, bir coğrafya insanı serbest bir şekilde deniz kenarında, kumsalda güneşlenirken çektiği fotoğrafı paylaşabiliyorsa, bir diğer coğrafya insanı tamamen muhafazakâr paylaşımlar yapmaktadır veya aynı coğrafya insanları içerisinde sevgilisi ile kucaklaşırken çektiği fotoğrafı birey sosyal medya vasıtasıyla paylaşabilirken, aynı kültüre, lakin farklı kimliğe sahip birey ise eşi ile birlikte el ele çektirdiği fotoğrafı bile yayımlamaktan kaçınmaktadır.

Sosyal medya vasıtasıyla birey kendi kültürüne dayalı bir şekilde paylaşım yaparken, sosyal medyanın kendisi de gelecek açısından kendi hukukunu ve etik kodlarını oluşturma yolunda ciddi adımlarla hareket etmektedir. Yeni medya paylaşım yapan kişilerin anlık tepkilerinin sonsuza dek kalıcı olan arşividir. Yapılan paylaşımlar bireyin paylaşım yaptığı andaki sosyal ve psikolojik durumuna bağlı olarak gerçekleştirilmektedir. Bu paylaşım birey tarafından silinmediği sürece kalıcı olarak arşive eklenmektedir. Aslında yeni medya geçmişe yönelik sosyal – psikolojik analizlerin kaynağını oluşturacak bir arşive sahiptir. Kalıcı olması ile birlikte sosyal medya arşivi hızlı bir şekilde arşivden sökülüp atılabilmektedir de**.**

Bazen tüketim pratikleri bireyin tükettiği ürüne olan ihtiyacından kaynaklanmaz ve satın alınan ürüne tüketim açısından bir anlam yüklenemez. Bu zaman elde edilen ürün bireyin o anda kimliğini nasıl iletmek istediğine uygun bir şekilde anlam taşır. Örneğin, marka ürünü aldıktan sonra onu sosyal medyada paylaşma ihtiyacı duyan kişi aldığı ürünün belki de farkında değildir ve hiçbir zaman onu kullanmayacaktır. Birey ürünü aldığı dönemde muhakkak kendisini her hangi bir olaydan dolayı güçlü göstermek veya bulunduğu topluma o an mesaj vermek istediği için almış olacaktır.

Tüm bu eylemlerle birey kim olduğunu sergilemeye çalışmaktadır. Bu durum iletişimde sembolik ve görsel mekânın değerinin oluşturulması olarak tanımlanmaktadır (Uğurlu ve Yakın, 2015: s. 199-201).

Tüketim yoluyla nesnelere simgeler anlamlar yüklenerek hem kimliğin oluşumu, hem de tüketimin devamlılığı ve sürdürülebilirliği sağlanmaktadır. Kısacası, tüketim kimliğin hem aracı, hem de amacıdır. Kimlik ve mekân sınıfsal konum, toplumsal cinsiyet ve mesleki statünün göstergesi olarak kabul edilebilir ve aynı zamanda günümüz toplumunda birbiriyle ilişki içerisindedir. Artık birey kendi kimliğinin ve sosyal statüsünün ortaya çıkarılmasını görsel yollarla ifade etmektedir. Bunun gerçekleştirilmesinin en büyük kaynağı sosyal medyadır.

Kimliğin sergilenmesinde sosyal statünün öneminden bahsederken bireyin kendi kimliğinin halka açıklığı ile baş edebilmesi konusuna da dokunmak gerekir. Birey kendi kimliğinin halka açıklığı ile baş edebilir mi ve etmeli mi? Bu soruların cevabını sosyal medyada paylaşım yapmadan önce birey bir daha düşünmeli ve paylaşacağı fotoğrafın verdiği mesajı ve sonucunu iyi bir analizden geçirmelidir. Sosyal medya her şeyimizin sosyalleşmesine olanak sağlar. Fakat geleceğimizle ilgili atacağımız adımlar bu günden başladığı için pişman olacağımız paylaşımları yaparken defalarca düşünmek gerekir (Jarvis, 2011: s. 160-161).

Sosyal medya her ne kadar bireye paylaşılanı silme imkânı verse de, her bir sosyal medya profili sahibinin diğerinin paylaşımını arşivleme imkânı vardır ve sizin sildiğiniz şey asla sosyal medyadan kaldırılmış sayılmaz. Zamanı geldiğinde her şey ortaya çıkar ve geçmişinizden sorumlu tek kişi varsa da o yine siz olursunuz.

1.4. Kimlik İnşasında Yeni Medyanın Sunduğu İmkânlar

Medyanın kimlikler üzerindeki etkisi o kadar güçlüdür ki, burada sunulan değer yargıları bile bireyin değer yargısı olmakta, sunulan çıkarlar bireyin çıkarı haline gelmektedir. Sadece bununla değil, medyada temsilin sunduğu görünüm, konuşma şekli, jest ve mimikler de izleyiciyi etkilemektedir. Birey tarafından benimsetilen tüm bu olanaklar taklit edilerek tekrar etmektedir. Bunu daha çok yeni medyanın daimi takipçileri olan genç yaştaki bireyler arasında sıklıkla görmek mümkündür. Fakat burada dikkat çeken en önemli husus, kimlik özellikleri üzerinde görülen bu etkilerin farkına varılmadan yaşanmasıdır.

Yeni medya bireye kendi kimliğini istediği tarzda sunma imkânı vermektedir. Kendisiyle ilgili yayınladığı bilgileri yeni medya sonrasında da denetleme şansı tanıdığı için ötekilerinin gözünde istediği imajı verebilmektedir. Böylece birey kendi kimliğini istediği şekilde diğerleriyle paylaşabilmekte ve çevresindekilere olumlu imaj aktarabilmektedir. Yeni medyanın sunduğu imkânlar arasında yazılı paylaşımın sözlü veya görsel paylaşımdan daha çok denetlenme şansı vardır. Birey yüz yüze ilişkiden daha çok yazılı paylaşımla ifade etmek istediğini ötekine ulaştırabilmekte ve kendisi hakkında oluşturduğu imaja zarar vermemektedir. Ager'in söylediği gibi insanlar kendilerinin istedikleri hayali kimliği oluşturabilmektedirler. Kendisine güveni fazla olmayan, benliğini istediği gibi sunamayan bireyler yeni medyanın sunduğu imkânlardan yararlanarak kolay bir şekilde benliğindeki kişiyi ortaya çıkarabilirler. Bunu yeni medyanın insanlara sunduğu en büyük imkânlardan ve şanslardan biri olarak tanımlayabiliriz. Birey artık herkes için yaşamaktadır. Kendi kimliğini de sadece tanıdıkları ile değil, tanımadıkları ile de paylaşabilmektedir (Özdemir, 2015: s. 124).

Yeni medya sadece yönetenlerin değil, yönetilenlerin de eylem kapasitesini bir hayli artırmaktadır. Türkiye'deki Gezi Parkı Olayları, bireylerin ellerindeki imkânları kullanarak kendilerine ait medya içeriklerini yaratabildiklerine örnektir. Yeni medya vasıtasıyla haber üretim çabası eylem kültürüne dönüşmektedir. Her ne kadar zayıf bir ideoloji olsa bile, bu olaylar döneminde güçlü bir kimlik oluşturulmuştur. Olayların içerisine dâhil olan farklı kişiler ve örgütler sayesinde ilk başta çevre eylemi adıyla başlayan olaylar tamamen farklı noktaya getirilmiştir. Adına direniş ismi konulan bu olaylar aslında örgütsüzlerin örgütlendiği, eylemlerin dijitalleştiği örnek bir olaydır (Emre, 2013: s. 191 - 211).

Yeni toplumsal hareketlerin kendini ifade edebilmesinde ve geniş halk kitlelerine ulaşabilmesinde siber ortamın büyük rolü vardır. Bununla birlikte reel siyasal aktörlerin üzerinde istediği talepleri gerçekleştirmesinde ve baskı oluşturulmasında yeni medyanın büyük payı mevcuttur. Gezi Parkı olaylarının alevlendirilmesinde, Arap sokaklarının hareketlendirilmesinde ilk önce yeni medyanın izleri görülmekte, daha sonra ise yeni medya tüm bu hareketliliği domine etmektedir. Bir diğer önemli mesele ise, siber ortamın sunduğu iletişim kapasitesine sahip olamayan siyasal örgütlenmelerin giderek marjinalize olmasıdır. Ya da gerekmediği

kadar aşırı bir şekilde yeni medya olanaklarını kullanan toplumlar da giderek amaçları dışına çıkmakta, reklam kültürünün bir parçası haline gelmektedirler.

Güncel dijital kültür insanların birbirilerini izlemesini, takip etmeyi ve gözetlemeyi normal bir durum olarak algılatmaktadır. Sosyal medyada paylaşılan iletilerin beğen, paylaş, yorum yap butonları ile etkileşimi sağlanmaktadır. Yeni medyanın sunduğu bu imkânlar sayesinde bireyler kendilerine sosyal, dijital bir kimlik profili oluşturmaktadırlar. Oluşturulan bu kimlik profili aynı zamanda yine aynı sosyal ağlar vasıtasıyla değiştirilebilmektedir. Böyle bir profil kimliğin görünür ve gözetlenebilir kılınan biçimidir. Bireyler kendi sosyal kimliğini oluştururken sosyal medyada geçirdikleri süreyi boş zaman olarak algılarlar ve bu durum yeni medya kullanıcıları tarafından iş kategorisinde sayılmaz. Fakat sosyal medyada geçirilen süre diğer iş saatleri ile kıyaslandığında gündelik yaşam içerisinde ne kadar zamana hâkim olduğu görülmektedir (Yetişkin, 2016: s. 21-29).

Sosyal medyayı kullanmaktan vazgeçen bireylerin çoğu yeni medyanın kimlikleri gerçekçi olarak yansıtmadığından şikâyet etmektedir. Sosyal medyada oluşan kimlikleri ise plastik (esnek) kimlikler olarak değerlendirmektedirler. Hâlbuki yapılan araştırmalar (We Are Social, 2015) tüm dünyadaki Facebook kullanıcılarının % 6 oranının sahte hesaplarla kendilerini sunduklarını saptamaktadır. Bu da sanal ortamdaki bireylerin pek yüksek olmayan bir oranda kimlik sahteciliği yaptığını göstermektedir.

Yeni medya kullanıcıları paylaşımlar vasıtasıyla birbirleri ile etkileşime geçmektedirler. Etkileşim bireyin kendisini ifade etmesinde onu değerli kılar ve iyi hissettirir. Sosyal medya vasıtasıyla, yani bir uygulama yoluyla birey kendisi hakkında yeni bir kimlik profili oluşturmaktadır. Yeni kimlik profili sayesinde bireyin kürasyonu yapılır. Bu durum bireyde yeni medyaya karşı bir duygusal bağ oluşturmaya başlar. Uygulama vasıtasıyla bireyin kendisiyle ilgili bir kimlik profili oluşturması, diğer kullanıcılar için de kişisel değer ve motivasyon olmaya başlar ve kişinin sosyal kimliğinin güçlenmesini sağlar. Eğer bizler, yani sosyal medya kullanıcıları katılımcı demokrasinin oluşumunda yer alırsak o zaman gözetimden korunmayı ve sömürüyü gerektirmeyen gerçek bir toplum haline gelebiliriz. İnsanlığın özünde sosyallik ve toplumsallık vardır. Sosyal ve toplum terimlerinin temel anlamları işbirlikçi ve ortaklaşa çalışmadır. Sosyal medya ile ilgili tartışmalarda ilk önce ne tür medyayı istediğimizi, yeni medyanın nasıl bir sosyallik vereceğini ve nasıl bir toplum olmak

istediğimizi düşünmek gerekir. Bunun etrafında fikir mübadelesi yapmak gerekir. Lakin sosyal, müşterek ve kamusal anlamda yeni medya kullanıcılarının sanal topluma gerçekten ihtiyacı olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle kendi keşfimiz olan sanal medyaya ve topluma kendimiz yön vermek zorundayız (Fuchs, 2016: s. 364-366).

Her bir ulus kendisi ile ilgili haberleri yurtdışına aktarırken kendi imkânları ile vermek ister. Aynı zamanda yurtdışından elde ettiği haberleri yine kendi imkânları ile kendi ulusuna aktarmak ister. Fakat az gelişmiş toplumlarda bu olanaklar mevcut değildir. Ya teknolojik imkânların olmaması ile birlikte haberi yayınlamak için talep edilen vasıtaların olmaması, ya da haberleri yurtdışına kaliteli bir şekilde ileterek yurtdışı haberleri de aynı zamanda kendi ulusuna servis edebilecek habercilerin olmaması zorluk oluşturmaktadır. Az gelişmişlik, sürekliliğin olmaması gibi durumlar dünyadaki haber paylaşımını negatif yönde etkilemektedir. Bu durum dünyada haber paylaşımının eşit olmadığı kanısını ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle özgür haber dolaşımı az gelişmiş uluslar için sorun oluşturmaya başlamıştır.

Uluslararası toplum 20.yüzyılın sonlarına doğru birçok araştırma yapmış, az gelişmiş ülkelerle birlikte konuyu Birleşmiş Milletlere taşımıştır. Tarafsız ülkeler 1974 yılında yeni uluslararası ekonomik düzeyle ilgili Birleşmiş Milletlerden iletişim konusunda bir sıra talepte bulunmuştur. Bu talepleri sırasına 1976 yılında Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni konusu da dâhil edilmiştir. 1976 yılında yapılan bu talep sonucu iletişim konusunda az gelişmiş uluslar uluslararası platformlarda çağrılarına başlamıştır. 1977 yılında ulusların girişimi ile Sean MacBride başkanlığında toplantı gerçekleştirilmiş ve tarihe Mac Bride Raporu olarak geçen rapor hazırlanmıştır. Raporda uluslar arasında iletişim konusunda uluslararası düzeyde adaletsizlik, haksızlık ve çarpıklık olduğu tescil edilmiştir. Bu raporun 1977 yılında yayınlanmasına rağmen, üzerinden geçen bunca yıl araya bakmaksızın işleyişinde her hangi bir değişiklik kayda alınmamıştır (Cengiz vd., 2008: s. 83-84).

Yeni medya kullanımında bireylerin alan olarak karıştırdığı bir durum mevcuttur. Paylaşım yaptığı içeriğin kamusal veya özel olması ile ilgili fikir karışıklığı günümüz toplumunda sıkça rastlanan sorunlardan biridir. Bu konuya değinen Habermas, Kamusallığın Yapısal Dönüşümü adlı çalışmasında Kamusal ve Özel alan tartışmalarına açıklık getirmeye çalışmaktadır. Kamusal alan konusuna değinirken herkese açık alanlardan bahsetmektedir. Kamusalla kamusal alan kavramları arasında farkın olduğunu vurgulayan Habermas, kamusal binalar denilince devlet binalarının

da bu kavram içerisinde yer aldığını ifade etmektedir. Halkın iletişimini geliştirdiği, haber almasına destek verdiği için basın hizmetlerine de kamusal organlar denilmektedir. Özel alan ise mahremiyeti işaret etmektedir. Evin dışında kalan kamusal, evin içindeki ise özel alandır. Kamusal ve özel alanlar arasında ne kadar sıkı ilişki olsa da iç ve dış ayrımın dikkate alınması gerekmektedir. Ekonomik gruplar, aile ve loncalar özel alanda birbirilerinden ayrılarak sosyal alanın birçok kısmını elinde bulundurmaktadır. Globalleşen dünyamızda özel alan daralmaya başlamakta, bu daralmanın yerine kamusal alan kendi çerçevesini genişletmektedir (Habermas, 2000: s. 105-109).

Kamusallık alanının çerçevesi yeniden sorgulanmaya başlamıştır. Özellikle internet aracılığı ile oluşan kamusallık biçimlerinin işlevi, kapsamı ve tarzının yeniden sorgulanması gerekmektedir. Kamusal alanın coğrafi, uzamsal ve jeo-politik parametrelerinin yeniden tanımlanmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Yeni medyanın oluşturduğu kamusallık alanının tartışılması öncesi bu kavrama ulusal sınırlar içerisinde tanımlanmış bir alan olarak yaklaşılmıştır. İletişim kavramının kamusal alanla ilişkileri tartışılmaya başladığı andan itibaren ise küresel ölçekte ulusal kimlik ve ulusal kültür konuşulmaya başlanmıştır. Modern dünyamızda yeni medya ve internetin gelişmesi ile kamusal alan sanal olarak ortaya çıkmıştır. İnternetin sağladığı sanal kamusal alan aynı zamanda paralel olarak birçok kamusal alanı içerisinde bulundurmaktadır. Bu alanda katılımcıların cinsiyeti, yaşı, statüsü yoktur ve alan çok geniştir. İnternet sonrası kamusal alana bakış açısı değişmiştir. Habermas'ın araştırmaları tartışma konusu olmuştur. İletişimin gelişmesi ile birlikte kamusal alan küresel çapta alanını genişletmiştir. Yani, yeni medya ve internet küresel kamusal alanı oluşturmaya başlamıştır. Artık daha fazla sayıda kişi bu alana katılım sağlamakta, her türlü bilgiyi elde etme imkânına sahip olmakta (bilgi sahibi olma sadece elitlerin elinde değildir artık) ve daha fazla insan kendi fikirlerini çok sayıda kişiye aktarabilmektedir. Kamusal alana katılım konusunda her hangi engel konulmamaktadır ve hiyerarşik yapılanma mevcut değildir. Tartışma konuları sanal kamusal alanda sınırlandırılmamıştır ve her bir kişi istediği konuyu tartışmaya açabilmektedir. Bunun yanı sıra internetin gelişmesi ile birlikte sanal kamusal alanda konuların tartışılmasına süre konulmamıştır. Konular istenilen süre içerisinde tartışılabilmektedir (Habermas, 2004: s.95-99).

Habermas kamusal alanla ilgili yaptığı çalışmasında bu alanın birçok disiplini ilgi alanına aldığına yönelik bilgiler vermiştir. Sosyoloji, siyaset bilimi, edebiyat ve kültür alanlarına dikkat çeken Habermas, kamusal alanın bu kavramlarla ilişkilerini açıklamıştır. Modernizm ve postmondernizm kavramları ile konuya yaklaşarak felsefi, etik ve hukuk alanlarında kamusal alan tartışmaları yapmıştır. Özel alanın kamusal alanla sınırlarının ayrıştırılmasının zor olduğu günümüz dünyasında internetin de gelişmesi ile bu durumun daha karmaşık bir hal aldığını ifade etmiştir. Global köy olma yolunda ilerleyen günümüz toplumu giderek özelini de kamusalın içerisine taşımaktadır (Yükselbaba, 2008: s. 68-76).

1.4.1. Yeni Medyanın Kimliğin Ulaşılabilirliğini ve Yakınlaştırma İmkânını Sağlaması

Yeni medya farklılık ve dışlanmanın üretildiği, insanların gruplar oluşturarak kendi kolektiflerini gerçekleştirebildiği bir mecra haline gelmektedir. Yeni medyanın kimliklere etkisi konusuna dokunurken mahremiyet dönüşümüne de dikkat etmek gerekmektedir. Şöyle ki, yeni medya kişilerin mahremiyetine de önemli derecede etki etmektedir. Kişinin kendi kimliğini tanımlarken yeni medya araçlarından olan sosyal medya vasıtasıyla yaptığı paylaşımlar, kendi hikâyesini oluşturması ve bu hikâyeleri revize etmesi, güncel tutarak diğer kullanıcılar tarafından takip edilmesine olanak sağlaması kişinin özel ve kamusal alanının daralmasına neden olmaktadır. Kimliğin yeni medyada oluşturularak yukarıda belirtildiği gibi mahremiyetin daraltılması, birey tarafından bilinçli olarak yapılmaktadır (Evren, 2013: s. 21).

Yeni medya bireyin kimlik edinme sürecinde ayna rolünü üstlenmekle birlikte, hem de kişinin kültürel kimliğinin oluşumunda da önemli yere sahiptir. Kısacası, yeni medya yoluyla birey kendi kimliğini hem çerçevelendirmekte, hem de dış kimlik örneklerinden elde ettikleri ile de kendi kimlik çerçevesini zenginleştirmektedir. Bunu daha çok genç kuşağın etkin bir şekilde kullandığını görmekteyiz.

Gençler yeni medyanın yayınladıkları karakterleri kendilerine rol model olarak kabul etmektedirler. Lakin yeni medyanın sağladığı olanaklardan oluşan yorumlama ve değer katma olgusu bireye kendisine sunulan modeli seçme imkânı da vermektedir. Böylece birey kendi kimliğini oluştururken yeni medya vasıtasıyla kimlik kalıpları ile ilgili bilgi edinebilmekte ve kafasındaki sorulara daha hızlı bir şekilde yanıt alabilmektedir. Bu yönüyle yeni medyaya sadece dış dünyanın algılanmasında destek

veren bir aygıt olarak değil, bireylere yeni kişilikler benimseten bir vasıta olarak da bakmalıyız. Bununla birlikte yeni medya yoluyla bilgi ve imgeler topluma "satılmakta" ve toplumun motivasyon potansiyeli elde tutulmaktadır. Yeni medya yoluyla paylaşılan bilgileri ise bireyler izleyerek farkına varmadan farklı kültürler, yaşam biçimleri, davranış modelleri ve sosyal sorumluluklar konusunda bilgi edinmektedirler. Bu olanakları yeni medyanın bireylere ve topluma verdiği pozitif etmenler olarak ifade edebiliriz. Fakat sosyolojinin temel alınmasıyla oluşturulan kimlikleri göz ardı etmemek gerekir (Durmuş, 2006: s. 123-129).

Kimlikler bireylerin kendileri tarafından veya toplumların onlara biçtikleri çerçeveler vasıtasıyla inşa edilmektedir. Kimliğin medyada oluşumunda sosyal bilimler, kolektif hafıza, kişisel zevkler, dini malzemeler ve iktidar aygıtları temel olarak dikkate alınmaktadır. Medyanın ürettiklerinin kitleler tarafından hangi sebeple inşa edildiği, neden üretildiği dikkate alınmaksızın kabul edilmektedir. Bunun nedeni ise kimliklerin inşa süreci hakkında kitlelerin bilgisinin olmamasıdır. Kimliklerin tanınmasında yeni medya aracılığı ile gerçekleşen etkileşimler ve karşılaşmalar, mesafeler ve yakınlıklar önemli rol oynamaktadır. Medya kitlesel kültürü oluştururken farklı kimliklerin etkileşimine ve bireylerin kimliklerine etki etmektedir. Diğer insanlarla iletişim sağlayarak temelde kimlik inşa edilmektedir. Yeni medyanın etkileri içerisinde bireyin toplumsal olarak kim olduğuna dair düşüncelerin oluşması ve nereye ait olduğu ile ilgili fikirlerin ortaya çıkarılması yer almaktadır. Tüm bu olanaklarla yeni medya bireyin kültürel kimliğinin biçimlendirilmesinde de önemli yere sahiptir (Çetin, 2014: s. 3-4).

Yeni medya karşılıklı etkileşimin temel özelliklerini benimsemekte ve aynı zamanda tüm teknolojik yeniliklere de açıklık sergilemektedir. Teknolojik yenilikleri benimseyen yeni medya zamanla bireyi de merkeze çekerek proaktif bir zeminin ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Yeni medya ortak bir platform içerisinde insanları bir arada tutmayı başarmaktadır. Etkileşim sayesinde fikir alışverişinin gerçekleştirilmesinde ve imaj paylaşımının hayata geçirilmesinde yaşadığımız çağın en temel çerçevesini oluşturabilecek sosyal medya ağlarını oluşturmaktadır (Küçük, 2015: s. 57-60). Sosyal medya ağları ise tek bir kaynak üzerinden binlerce ve hatta milyonlarca kişinin grup halinde bir arada tutulmasına olanak sağlamaktadır.

Sosyolojinin yeni ağ bilimi üzerine yoğunlaşmasının en büyük nedeni *ağ toplumu* kavramının popüler hale gelmesidir. Sosyal medya insanların bir araya

gelerek fikirlerini paylaşabileceği bir mekân olarak ele alınmaktadır. Teorik olarak insanlar sosyal medya vasıtasıyla kendi bilgilerini paylaşmakta ve bu aktarılan bilgiler ışığında bir bilgi topluluğu oluşmaktadır. Yani *konnektif zekâ* yeni medya aracılığı ile oluşturulmaktadır. Araştırmacılar *konnektif zekâ* ile sosyal medya – bilgi ilişkisinin nasıl değiştiğini ve giderek nasıl daha fazla ilginin arttığını göstermektedirler. Sosyal ağlar giderek politik ve kültürel kimliğin nasıl oluşturulduğuna, bilgi paylaşımı ve karşılıklı desteğin nasıl verildiğine, sosyal gruplara ait olma hissinin nasıl oluşturulmasına yönelik temel stratejiyi temsil etmeye başlamıştır. Yeni medya aracılığı ile paylaşılan fikirlerin bilgiye dönüşmesi meselesi de giderek en çok tartışılan konular arasında yerini almaktadır. Çünkü yeni medya vasıtasıyla paylaşılan iletiler farklı uzmanlıklar ve becerileri talep etmekte, çok yönlü bilgiye sahip olma şartı oluşturmakta ve disiplinler arası zorlukları da beraberinde getirmektedir. Yeni medya vasıtasıyla bilgi paylaşımı ve fikir alış-verişinin gelişmesine olanak sağlanırken, diğer taraftan enformasyonun bilgiye dönüşmesi sorununu da beraberinde getirmektedir (Pischetola, 2014: s. 319-324).

Sosyal medya ağları farklı isimlerle, farklı programlarla giderek toplumun tüm katmanlarına yayılmakta ve neredeyse toplumun tüm fertlerini ve yaş gruplarını kapsamaktadır. Bununla da bilginin toplumsal inşası ile ilgili yeni öğrenim teorileri ve yeni yorumlar ortaya çıkmaktadır. Sosyal ağlar vasıtasıyla paylaşılan bilgiler, sadece fikir alış-verişinin artmasına değil, bilginin paylaşılarak yaratıcılığın geliştirilmesine de olanak sağlamaktadır.

Sanal âlemde oluşturulan toplumsal yapı diğer kullanıcıların da desteği ile devamlı olarak geliştirilmekte, sürekli yenilenerek canlılığını korumaktadır. Elektronik postadan alışveriş forumlarına kadar, sosyal medyadan bilgi paylaşım sitelerine kadar bireyler tarafından kullanılan mevcut ağlar tekil ağlar listesine eklenmektedir. Schutz birebir, yüz yüze iletişim sağlanmakla (Facebook, Twitter, Whatsapp) aynı zaman ve mekânın paylaşıldığı sosyal paylaşım ağlarını birincil, internetin kullanımına müsait diğer ağları ise ikincil paylaşım ağları olarak çerçevelendirmektedir. İnsanlar birincil paylaşım ağlarını kullanarak kendisinin bulunmadığı bir mekânda hem fikrini görüntülü ifade edebilmekte, hem de sesini duyurabilmektedir. Sosyal medya bireye toplumsal etkileşim, yüz yüze iletişim ve başka bir özneye yönelme durumu gibi fırsatlar sağlamaktadır. Bu yönüyle sosyal medya toplumsal yapı olarak kabul görmektedir. Sanal ağ toplumu veya internet

toplumu kavramları tam da bu özelliklerinden dolayı toplumsal bilimlere dâhil edilmiştir. Gündelik hayatta iletişim sağlayarak sanal âlemdeki toplumlara hitap eden bireyler, sosyal ağlardaki kişileri *yakın yabancılar* olarak da algılamaktadırlar. Benlikler yeni medya yolu ile kimliklere dönüştürülmekte ve sosyal medya toplumuna dâhil olarak sanal kimlikler toplumunu oluşturmaktadır (Kılıç, 2016. s. 67-70).

Son yıllarda sosyal medya ile ilgili en çok tartışılan konulardan biri de elektronik ortamların, yani sosyal medyanın kamusallığı genişletmesi ile ilgilidir. Bu konudan bahsedilirken katılımcıların kamuda söz sahibi olup olmadığına dikkat çekilmektedir. Çünkü demokratik toplumlarda yönetenlerin bazı konularda buyruk verme, bazı konulara ise karşı çıkma hakkı mevcuttur. Böyle olduğu takdirde demokratik toplumlarda bireyler yeni medya vasıtasıyla oluşturdukları yeni sosyal topluluklar aracılığı ile yöneticilerin bazı kararlarına hem karşı çıkabilme, hem de bazı kararların gerçekleştirilmesi için buyruk verme önceliğine sahip olmalıdırlar. Kısacası sosyal ağlar vasıtasıyla oluşturulan toplumlar yöneticilerle eşit haklara sahip olmalıdırlar. Günümüzde bu konuların gerçekte ne kadar uygulanıp uygulanmadığı göz önündedir ve bu uygulamanın geleceğini ise sosyal ağlar vasıtasıyla oluşturulan toplumların atacakları adımlar gösterecektir. Bu anlamda elektronik ağların kamusallığı genişletme konusuna bundan sonra daha çok değinilecektir (Demircan, 2016: s. 160).

Yeni medya giderek yakınlık ve uzaklık gibi kategorik ayrımı yok etmektedir. Yakınlık ve uzaklık gibi kavramların egemen olduğu bir çağ giderek kapanmaktadır. Paradoksal bir durum gibi gözükse de sosyal medya yakınlık ve uzaklık kavramları arasındaki bağı kopardığından bu duruma *mesafeli yakınlık* adını da verebiliriz. Modern yaşamamızın en temel kavramsal başlıklarından biri de özel ve kamusal alandır. İç ve dış alan olarak nitelendirilen özel ve kamusal alan arasındaki ayrımı yeni medya giderek eritmektedir. Tüm bilgilerini sosyal medyada paylaşan, kimliğini açık şekilde belirten ve neredeyse *içerisindekini* tamamen *dışarıya* aktaran bireylerin özel ile kamusalı arasındaki ayrımı fark etmek giderek zorlaşmaktadır. O zaman sosyal medya giderek özeli çekirdek hale getirmekte, benliğimizle ilgili tüm bilgileri kamusallaştırmaktadır. Şu an orta yaşlarında olan bireyler gençlik çağlarında yeni medya ile tanıştılar. Peki, hazırda doğup büyüyen çocukların özeli neler olacak? Özelle kamusal arasındaki çizgiyi neyin oluşturacağı soru olarak kalmaktadır (Dellaloğlu, 2015: s. 21-25).

Bireyler doğum günü partisi fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmakta aynı zamanda seyahat ettiği zaman yolculukta karşılaştığı ilginç şeyleri yeni medyada anında yayınlamaktadır. Bu durum bireylerin kendini daha çok geniş kamusallıkta hissetmesine neden olmaktadır. Kimlikler daha geniş kamusallıkta denenmekte ve inşa edilmektedir. Bu durum bireylerin iç ve dış dengesini yeniden gözden geçirmesi gerektiğini ifade etmektedir. Sosyal ağlar içerisinde ise Twitter daha çok sözelliği ile farklılaşmakta ve sanki daha çok mahremiyet alanına müdahale etmemek için farklı yollar sergilemektedir.

1.4.2. Aidiyetin Ortaya Çıkarılması ve Benlik Duygusunun Güçlendirilmesinde Yeni Medyanın Sunduğu İmkânlar

Günümüzde bireylerin elde ettiği kimlikler giderek toplumsallaşmanın durağı haline gelen ve sosyal hayatın varlığına destek veren yeni medya pratiklerinde kendine yer bulmaktadır. Başat bir ideolojik çerçeve olmadan bireylerin içerik üretmelerine ve bu üretilen içeriklerin paylaşılmasına olanak vermektedir. Bireyler üretilen içerikler vasıtasıyla iletişim kurarak ve kimliklerini ileterek, kendisi ile benzerlik oluşturan grupların içerisinde yer almaktadır. Böylece birey kendisini tanınır hale getirecek mecralarda var olabilmektedir.

Yeni medya kimlikleri yıldızlaştırmakta, gündemde tutmakta ve tanınırlığın artmasında büyük rol oynamaktadır. Kimliklerini tanıtarak sosyal medyada üne sahip olan bireylerin medya – kimlik açısından *simbiyotik* (birleşik) bir bağlantısı vardır. Bireyler yeni medyayı izleyicilerle kendi aralarında bir iletişim ağı olarak kullanmakta ve özel hayatları ile ilgili paylaşımları yapmakla ilgilenmektedirler. Yapılan paylaşımlar vasıtasıyla bireyler topluma kendilerinin idealize ettikleri kimlikleri aktarmaktadırlar. Gösteri toplumunun baş aktörü olan yeni medya ve sosyal ağlar popüler kimlik ve izleyici kitlesi arasındaki mesafeyi daha da yakınlaştırmaktadır. Fakat yeni medya yolu ile bireyin elde ettiği popülerlik ve görünürlük günübirliktir. Birey görünürlüğünü devam ettirmediği sürece yeni medyanın aynasından ve tarih sahnesinden silinir. Çünkü basılı olmayan yeni medya ağları çevrimdışı olduğu için yansıttığı kimliği de aynasından silmiş olur. Sosyal ağlarda her gün yeni bir program formatı oluşturulmakta ve izleyicilere sunulmaktadır. Mahremiyetin de ihlaline neden olan bu tür programlar bireye günübirlik popülerliği sunmaktadır. Bu durum modern

toplumda kimliğin yeni medya aracılığıyla geçici bir popülerlik kazandığını ispat etmektedir (Karaduman, 2007: s. 54).

Goffman'a göre sosyal beğeninin oluşturulması ve sosyal beğeni elde etme bireyin temel gelişiminin sürekliliğinin ham maddesini üretmektedir. Bu nedenle birey kendi benliğini yansıtan bilgileri elektronik ortamda sergilemektedir. Böylece birey toplumsal görünürlüğünü elde etmektedir. Fakat yeni medyanın bireylere verdiği imkânlardan biri olan sosyal ağların içerisinde gerçek benlikle sahte benlikler birbirine karışmış durumdadır. Bu nedenle sosyal medyada yüz yüze gerçekleştirilen temasta bile kamufle olunmuş kimlikleri sahtesinden ayırt etmek mümkün değildir. Sosyal medya vasıtasıyla bireyler kendilerine yeni benlikler inşa edebilmektedirler. Sosyal medya bu yönüyle bireylere benliğin sunumu, inşası ve paylaşım imkânları vermektedir (Karaduman, 2007: s. 56).

Medya birey için gündem oluşturmaktadır. Bireyleri neyi düşüneceğinden daha çok, ne hakkında düşüneceğine yönlendirmektedir. Yeni medya, kimlik temsilleri içerisinde en çok kişiselleştirme stratejisine eğilim göstermektedir. Gündemi medya şekillendirmekte, neyin tartışılacağına ilişkin şekil ve şema oluşturmaktadır. Yeni medyada yapılan haberler gerçeği görüntülemekten ziyade, gerçeğin kendisini oluşturmaktadır. Haber çağdaş yaşam anlayışının sınırlarını oluşturan sosyal kaynaktır.

Bireyler kendi kişiliklerinin hangi yönünün sunulması gerektiğini veya hangi fotoğraflarının kendisini daha iyi bir şekilde ifade ettiğini yeni medya yolu ile sunabilmektedir. Yeni medyada her birey kendini sunma hakkına sahiptir. Böylece, yüz yüze temas durumundan daha stratejik kendini sunum imkânını bulan birey, kendinin sunum şeklini yönetebilmektedir (Özdemir, 2015: s. 114).

Goffman yeni medya kullanıcılarının aidiyet ve kendini sunma gibi iki olanağının bulunduğuna dikkat çekmektedir. Yeni medya kullanıcıları arasında kendi beden ve psikolojik özelliklerine aşırı derecede hayran kalan kişiler de yer almaktadır. Böyle bir özellik sergileyen kişiliklere *narsistik* kişilik denilmektedir. Narsistik kişiliğe sahip bireyler normal hayatta *empati* kurma becerisine sahip olamadıkları için, yeni medyada yer alan bireyleri kullanarak kendilerini sergilemeye çalışmaktadırlar. Böyle kişiliğe sahip olan bireyler diğerleri tarafından görülmek, ünlü ve güçlü olmak, beğenilmek gibi konularda normal kişilere oranla daha fazla kafa yormaktadırlar. Forest ve Wood'a göre düşük benlik saygısına sahip ve sosyal kaygısı olan bireyler

sosyal medyayı daha çok tercih etmekte, paylaşımları ise daha çok can sıkıcı olmaktadır. Bu nedenle yeni medyanın verdiği imkânları daha çok kullanmalarına rağmen daha az görünür olmakta ve daha az *"like"* (beğeni) almaktadırlar. Çünkü yeni sanal toplumda yer alan bireyler sıkıcılığı kabul etmemekte, narsistik kişilik sergileyen bireyleri ayırt edebilmekte ve katılımcılığı (beğeni, yorum, paylaşım) *esirgeyerek* narsistik özelliğe sahip bireyleri normal hayattaki gibi dışlamaktadırlar (Ertürk ve Eray, 2016: s. 7).

Yeni medyanın sunduğu imkânlardan biri olan *beni yazabilmek* ve *beni okuyabilmek*tir. Birey kendi kimliğini internet vasıtasıyla iletişime geçtikten sonra çevrimiçi olarak oluşturmaktadır. Yeni medya bireyi bir kimlik performansına sürüklemektedir. Kendisi hakkında durmadan bilgi veren birey, sosyal ağlarda paylaştığı fotoğraflarla, videolarla, yazdığı yorumlarla kendisinin kim olduğuna dair bilgileri ötekine aktarmaya çalışır. Beğeni ve zevkler hakkında parçalar sergilenerek kişi kendi kimliği ile ilgili diğerlerini bilgilendirebilmektedir. Kimliğin elektronik ortamlarda sergilenmesi bireyselliğin yeni görünümlerinden biridir. Fakat giderek kimliğin daha çok sergilenmesi ve sosyal ağlarda günlük olarak sunumu benliğin reklamına çevrilmektedir.

Niedzviecki kimliğin yeni medya vasıtasıyla sunumuna yönelik fikirlerini beyan ederken her yaş grubundan olan kişilerin sosyal medyaya ilgi göstermesi hususuna da değinmiştir. Şöyle ki, toplumların giderek daha çok bürokratlaştığını belirtmektedir. Bu durumun insanların benlik ihtiyaçlarını doyurmada yeterli olmadığını vurgulamaktadır. Aslında bireylerin *dikkatleri daha çok kendi üzerlerine çekme* gibi düşüncesinin olduğu fikri ifade edilse de, meselenin kökünde kimliğin sunum imkânlarının giderek daralması ve bunun alternatif yolu olarak çevrimiçi sunumun olduğu gösterilmektedir: "*Dikizleme Kültürü 'insanlığını yitirmiş insanlık' sorununa bulunmuş çarpık bir çözümdür. Kendimizi izlenir kıldığımızda ve insanların bizimle ilgili yorum yapmasını sağladığımız zaman belki ironi olsa da birey olduğumuzun bilincine varacağız. Aslında dikizlenerek, ne kadar özel ve ne kadar farklı olduğumuzu başkalarına göstermek istiyoruz*" (Özdemir, 2015: s. 113).

Geleneksel medyada gazete, televizyon ve sinema bireye görünürlük açısından olanak tanımaktadır. Yeni medya geleneksel medya gibi kişiye görünürlük ve popülerlik sunmakla birlikte geleneksel medyadan farklı olarak daha hızlı bir şekilde bunu sağlayabilmektedir. İnternet bireye etkin olmak için destek vermektedir. Kendi

içeriğini üretmede ve katılımcılığı sağlamakta önemli yere sahiptir. Birey internetin tanıdığı imkânlardan biri olan anında yaşama biçimi ile yaşam tarzını, ziyaret ettiği yerleri, tercihlerini, ideolojik fikir ve kariyer bilgilerini yayınlamakta, yeni medya vasıtasıyla kendi benliğini yeniden kurgulayarak sunabilmektedir. Yeni medyada bireyin oluşturduğu her bir etkinlik, yeni benlik sunma isteği ile ilişkilidir.

Goffman *Benlik Sunumu Kavramı* eseri ile benliğin günlük yaşamdaki etkileşimlerini açıklamaktadır. Bireylerin kendilerini sahnedeymiş gibi toplum içerisinde sunumuna değinirken bunun bazı bireyler tarafından bilinçli bir şekilde gerçekleştirilmediğini de iddia etmektedir. Çünkü bireyler bazen toplumla etkileşim halinde olduğu için bazen bu etkileşime kapılırlar. Bir sözle etkileşim bilinçli olarak işleyen bir süreç değildir. Çoklu kimliğe sahip olan bireyi ise Goffman kimlik repertuarı olarak nitelendirir. Birey karşılaştığı her bir yeni duruma göre bu repertuarından birini sahneye koyar ve oynamaya çalışır. Yani birey repertuarında olan kimliğe göre hareket eder. Bunun önemli gerekçesi bireylerin birbiri üzerinde güç sahibi olmaya çalışması ve saygınlığını koruma gerekliliği içgüdüsüdür (Bullingham ve Vasconcelos, 2013: s. 1-12).

Birey artık felsefenin ne modern Descartesçi (Varoluş/bazı düşünceler doğuştan gelir ama doğuştan itibaren hazır olarak önümüzde bulunmazlar), ne de Kantçı (Akıl, Bilgi, Etik, Estetik, Metafizik) düşüncesinde ifade edildiği gibi değildir. Yani birey artık Kartezyen (fizik ve metafiziğin ayrılması) ayrımına göre değerlendirilebilmekte, ne de Aydınlanma düşüncesindeki gibi birey olmaktadır. Birey artık internet kullanıcısı olarak internetin bireyi olmaktadır. Sosyal ağlarda dolaşan birey artık tüm kaygılarını bir tarafa bırakmaktadır. Bir teknoloji tüketicisi olarak birey artık kendisini sosyal medyada olduğu gibi değil, olmak istediği gibi sunmaktadır (Yurdigül, 2008: 133). Diğer bir taraftan sosyal medyada bireyin kendini sunumuna ilişkin soruları incelerken karşımıza önemli iki soru çıkmaktadır. 1. Kullanıcı sosyal medyada sosyalleşme çabası içerisine girerken neye ne kadar ihtiyaç duymaktadır? 2. Sosyal medyada birey için değerli olan nedir? Her iki soru ucu açık olan, sosyal medyada her zaman araştırmaya ihtiyaç duyulacak konular olarak kalacaktır (Önkal ve Gündüzlü, 2015: s. 43-46).

Günümüzde kimliklerin yozlaştırılması ve mahremiyet olgusunun ortadan kalkması ile ilgili konulara sık-sık rastlamaktayız. Mahremiyetin ortadan kalkmasına sebep olarak ise Facebook gösterilmektedir. Sun'ın CEO'su Mc Neally mahremiyetin

sosyal medya kullanıcısı ile tartışılamayacağını, bu tartışmayı yapan kişiler eğer sosyal medya kullanıcısı ise bu konuya dokunmanın gereksiz olduğunu ifade etmektedir. Mahremiyeti koruyan kişilerin ise yeni medya kullanıcısı olmadan kendi yaşam alanında bu konuyu tartışabileceğini vurgulamaktadır. Aslında insanlar eskide olduğundan daha fazla mahremiyetini koruma çabasındadırlar. Yeni medya vasıtasıyla kullanıcılar diğer kişilerin mahremiyet sınırlarını daha açık şekilde görmeye başlamakta ve bu mahremiyet sınırlarını aşmamaya özen göstermektedir. Hazırda Twitter, Intagram veya Facebook gibi kullanıcısı yüksek seviyede olan sosyal paylaşım sitelerini kullanan gençlerin kendi kimliklerini açık şekilde ortaya koyduğu ve mahremiyetlerinden vazgeçtikleri ileri sürülmektedir. Buna karşılık Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan sosyal analiz sonuçlarında ise aksi olduğu görülmektedir. Çünkü genç sosyal medya kullanıcılarının 2/3'nin sosyal medya hesaplarını tanımadığı kişilere ve dışarıya kapattığı bilgisine ulaşılmaktadır. Bu da daha çok bilinçli bir şekilde genç neslin sosyal medya kullandığını göstermektedir (Jarvis, 2011: s. 129-130).

Sosyal medyada kimliklerin oluşturulması ve paylaşımların yapılması ile ilgili Eric Schmidt ile yapılan röportajda her şey açık şekilde ortaya konulmuştur. Örneğin insanların üzerindeki elbiseleri çıkararak sokakta dolaşabileceği dünyamızda neden insanların üzerlerini kapatma ihtiyacı duyduğu varsayımı ile olaya yaklaşarak sosyal medyanın da aynı paylaşım olanağı sunduğunu ifade etmektedir. Bireyler isterse sosyal medyada tüm özelini, kimliğinin en gizli kısımlarını bile paylaşabilir. Ama bilinçli birey sokakta elbiselerini çıkartarak gezmediği gibi sosyal medyada da kendi özelinin her şeyini paylaşmamaktadır (Jarvis, 2011: s. 159).

Son olarak şunları belirtmek gerekir ki, birisinin bilmemesi gereken, sır olarak bildiğiniz bir şeyiniz varsa onu paylaşarak sosyalleştirdikten sonra sosyal medyayı ve sosyal toplumu günah keçisi yapmak, bir şeylerin o kişide iyi gitmediği anlamını vermelidir. Paylaşmış olduğunuz şeylere pişman olmak zaten kendi hakkında fazla paylaşım demek anlamına gelmektedir. Sosyal medya ile ilgili tüm bu konuşulanları irdeledikten sonra şu kanıya varmak mümkündür: Aslında biz insanlar kendi yaptıklarımızdan kendimiz sorumluyuz, teknoloji değil.

1.5. Yeni Medyanın Kimlik İnşasında Sunduğu İmkânlar Tablosu

Yeni medyanın bireylere sunduğu imkânlardan yukarıdaki paragraflarda bahsetmiştik. Bireylere yeni medyanın sunduğu imkânları başlıklar altında bir araya getirecek olursak, dört (4) önemli başlıktan bahsetmek gerekmektedir. Bunlardan birincisi medyanın bireye *Sosyokültürel* etki göstermesi ve bireyin *sosyokültürel* gelişimini sağlamasıdır. Bir diğer başlık yeni medyanın bireye *psikolojik* açıdan sunduğu imkânlardır. Bireyin iç dünyasının gelişmesine olanak sağlayan yeni medyanın *psikolojik* açıdan sunduğu imkânlar yeni bir başlık olarak oluşturulmuş ve bu başlık altında bilgiler verilmiştir. Sosyokültürel ve Psikolojik imkânlarla birlikte, bireyin yaşadığı coğrafya ve ortama toplumsal olarak yeni medya etkisini göstermektedir. Toplumsal etkiler başlığı altında yeni medyanın toplumsal imkânları sunulmaktadır. En sonda ise yeni medyanın teknik açıdan bireylere sunduğu imkânlar yeni bir başlık altında bir araya getirilmiştir. Yeni medyanın her dört başlık altında sunduğu imkânlar aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

Tablo: 2 Yeni Medyanın Kimlik İnşasında Sunduğu İmkânlar Başlıkları

1. Sosyokültürel	**2. Psikolojik**	**3. Toplumsal**	**4. Teknik**
Sosyal medyanın bireyin yaşadığı sosyal durum ve kültürel yapısına etkisi	*Bireyin iç dünyasına ve iç kimliğinin oluşmasına yeni medyanın etkisi*	*Kişinin yaşadığı coğrafyaya ve bulunduğu ortama yeni medya etkisi*	*Yeni medyanın teknik açıdan bireyin kimliğin etkisi*

Tablo açıklaması: Araştırma sonucunda yeni medyanın kimliğin oluşumunda 4 başlıkta imkân sunduğu elde edilmiştir. İlk olarak yeni medyanın bireye sosyokültürel etki yaptığı ve hem sosyal durumunu, hem de kültürel yapısını değiştirdiği saptanmıştır. İkinci başlıkta ise yeni medyanın bireyin kimliğine psikolojik etki yaptığı ve bireyin kendi iç disiplinine pozitif etki gösterdiği bulgular arasında yer almaktadır. Yeni medyanın bir diğer etkisi ise bireyin kendisinin de bulunduğu coğrafyaya ve toplumuna etkisini göstermesidir. Yeni medyanın teknik açıdan bireyin kimliğine birebir etki yaptığı görülmektedir. Tüm bu ana başlıklarla ilgili diğer tabloda detaylı bilgi verilecektir.

Tablo-3 Yeni Medyanın Kimlik İnşasında Sunduğu İmkânlar*

1. Sosyokültürel	**2. Psikolojik**	**3. Toplumsal**	**4. Teknik**

✓ Sosyalleşme ihtiyacını giderme ✓ Hareketli ve araştırmacı olabilme ✓ Kimliğin sanatsallaştırılması ✓ Otobiyografinin sözelden görünüşe geçmesi ✓ Kimliğin filtrelenmesi ve manipüle edilebilmesi ✓ İyi izlenim bırakabilme ✓ Alternatif kimlik oluşturma ✓ Egemen temsiliyet tarzından çıkabilme ✓ Yeni yaşam biçimi elde edebilme ✓ Maddi ve manevi zorluklardan kurtulabilme	✓ Eğlence ihtiyacını karşılama ✓ Günlük sıkıntılardan uzaklaşma ✓ Sanal dünyada yaşayabilme inancı ✓ Yaşam sınırlılıklarından kaçabilme ✓ Öyküsel kimliğin ortaya çıkması ✓ Geçmişi unutma ve yeni profil oluşturabilme ✓ Geçmişle özdeşleşebilme ✓ Kimliği denetimleyebilme ✓ Kimliğe yön verebilme ✓ Yeni maceralar ve ortamlar oluşturabilme	✓ Fikirler ve mesajlarını topluma iletebilme ✓ Toplumla yeni kimlik ilişkisi kurma ✓ Siyasi yapı rollerini yıkma ✓ Yeni demokrasi kapıları açma ✓ Yeni imajın oluşturulabilmesi ✓ Vitrin kimliği oluşturma ✓ Diğer kimlikleri takip edebilme ✓ Toplumsal popülarite kazanımı ✓ Benliğin farklı imajda sergilenebilmesi ✓ Toplum baskısından kurtulabilme	✓ Anında haber alma imkânı ✓ Metin, ses ve görüntü iletim ✓ Alıcı ve verici arasında eşzamanlı etkileşim ✓ Farklı zamanlarda kendini hatırlayabilme ✓ Sanal kimlik hazzı yaşayabilme ✓ Görünürlüğün temin edilebilmesi ✓ Fiziksel iletişim kompleksinden kurtulma ✓ Birebir pazarlama ve onaylama imkânı tek tıkla olaylara yön verebilme

Yeni Medyanın Kimlik İnşasında Sunduğu İmkânlar – Tablo 3'ün devamı*			
1. Sosyokültürel	**2. Psikolojik**	**3. Toplumsal**	**4. Teknik**
✓ Sosyal kaygılardan kurtulabilme ✓ Daha şeffaf toplumun elde edilmesi ✓ Mahremiyet olgusunun daha da farkında olabilme ✓ İnformal kuralları öğrenme ✓ Sosyal sömürüden kurtulma ✓ Sosyal sorumluluk hissetme ✓ Aidiyetin daha derinden hissedilmesi	✓ Kimliği dikizleyebil me ✓ Diğer kimliklere karşı tolerans sağlayabilme ✓ Bedenin idealleştirilmesi ✓ Sunulanı seçme imkânı elde etme ✓ Yeni davranış modelleri elde etme ✓ Aidiyetin daha derinden hissedilmesi	✓ Yenilenmiş mekân ve alternatif beden sunumu ✓ Kamusal alanın genişletilmesi ✓ Toplumsal normlara daha uyumlu olma ✓ Sosyal statünün erken keşfi ✓ Bireyler arasında yakınlaştırma ✓ Kimliğin yıldızlaşabilmesi ✓ Katılımcılığın sağlanması	✓ Eylemleri dijitalleştirebilme ✓ Kimliğin güncel tutulmasını sağlama ✓ Ulaşılabilirliği olanaklı hale getirebilme ✓ Yaratıcılığın genişletilmesi ✓ Uzaklık kategorisinin kapatılması ✓ Benin yazılabilir ve okunabilir olması

***Tablo açıklaması:** Tez araştırmasında yeni medyanın bireylere sunduğu 4 başlığın olduğu bulgusuna rastlanmaktadır. Yeni medyanın bireyin kimliğine sosyokültürel, psikolojik, toplumsal ve teknik olarak etki ettiği görülmektedir. Yukarıda gösterilen ana başlıklar altında yeni medyanın birey kimliğine etkilerini araştırdığımız zaman *Sosyokültürel* ve *Toplumsal* olarak 17, *Psikolojik* ve *Teknik* olarak ise 15 alt başlık içerisinde etkilerin olduğu görülmüştür. Bu alt başlıkların sayısını daha da genişletmek mümkündür.

İKİNCİ BÖLÜM

2. AHISKALI TÜRKLER VE YENİ MEDYA

Bireylerarası ilişkilerin kurulmasında iletişim vazgeçilmez rol üstlenmiştir. İletişim sayesinde bireysel hareketler toplumsal hareketlere dönüşmüştür. İnternetin ortaya çıkması ile birlikte bireyin onu nasıl kullanacağı ile ilgili farklı sorular ortaya atılmıştır. Bu soruların bazıları yanıtlansalar da, birçoğu halen soru olarak kalmakta veya iletişim konusunda söylenenler aksini göstermektedir. İnternet bireylere kendi kimliğini inşa edebilme şansı vermektedir. Özellikle sosyal medyanın ortaya çıkması ile birlikte birey kendi kimliğini istediği tarzda birden fazla kişiye rahat bir şekilde sunabilmektedir.

Bireyin yeni medya kullanımına ilişkin düşüncelerden biri de kendi yararları doğrultusunda izlenim aktarmak eğiliminde olmasıdır. Yeni medya bireye kendi kimliğini tiyatro sahnesindeki gibi sergilemek için oyuncu rolünü vermektedir. Birey artık tiyatro sahnesindeki aktör gibi kendi kimliğini sergileyebilmektedir. Fakat tiyatrodan farklı olarak birey yeni medyada senaryosunu kendisi yazar, kendisi oyununu kurgular ve rolünü oynar. Kısacası kurgulanan kimlik sunumunun A'dan Z'ye her şeyini kendisi üstlenir. Gerçek hayattan farklı olarak sanal hayat içerisinde birey kendi kimliği ile ilgili bilmediği birçok şeyi de keşfetmektedir. Yapılan paylaşımın ardından bireye karşı sergilenen duruş ve daha sonrasında ortaya çıkan tepkilere yönelik birey kendisi yanıt vermektedir. Bu gibi birçok yeni medya hareketleri ile birey kendisini geliştirmektedir (Kara, 2013: s. 27-28).

Ahıskalı Türkler yaşadıkları ülkelerde daha etkin bir şekilde birbirleri ile iletişim sağlamak için yeni medya olanaklarını kullanmaktadırlar. Küçük bir topluluk olmalarına rağmen dünyanın 4300'den fazla bölgesinde yaşayan Ahıskalı Türkler için yeni medya büyük imkânlar sunmaktadır. Sürgün sonrası parçalanan ailelerin akrabalık bağlarının yeniden oluşturulmasına, unutulan veya sürgünden sonra kaybolan akrabaların yeniden bulunmasına yeni medya destek vermektedir. Türkiye'de kullanılan sosyal medya ağlarından farklı olarak yaşadıkları ülkelerde yaygın olarak kullanılan yeni medya araçlarından da Ahıskalı Türkler yararlanmaktadırlar. Örneğin, günümüzde Odnoklassniki ve İmo gibi sosyal ağlar eski Sovyetler coğrafyasında bulunun Ahıskalılar tarafından daha fazla tercih edilmektedir.

2.1. BİR ULUS OLARAK AHISKA TÜRKLERİNE GENEL BAKIŞ

Ahıskalı Türklerin kimliği ile ilgili Avrupa, eski Sovyetler coğrafyası ve sürgün olundukları Gürcistan'da ortaya atılan tezleri çürütmek için günümüze kadar Türk yazarlar tarafından yazılan yazılar yeterli değildir. Göç vererek göç alan Ahıska bölgesinin yerel halkı bu göçlerden zamanla etkilenmiştir. Bu nedenle bölgeye göç edenlerle yerel halk arasındaki farkı görmek ve toplumu buna göre değerlendirmek gerekmektedir. Bölge halkının Ahıska'ya geliş yolları ve tarihi ile ilgili net bilgiler elde edilemediğinden bu toplumu daha sonra göç eden toplumlara benzetme gibi durumlara sık rastlanmaktadır.

Ahıskalı Türklerin kimliği ile ilgili farklı araştırmalar yapılmıştır. Bir kısım araştırmacılar Ahıskalıların Kıpçaklar, Kuman Kıpçakları, Bun Türkler, diğer bir kısmı ise Gürcü veya Müslüman Gürcü olduğu görüşündedirler. Eski Mısır ve Mezopotamya'da Meshler, Moshlar veya Mosohlar olarak bilindikleri de ileri sürülen fikirler içerisinde yer almaktadır. Fahreddin Kırzıoğlu ise Ahıska'nın Atabek yurdu olduğunu ve bu toprakların Türk yurdu olarak bilindiğini savunmuştur. Ahıskalı Türklerin Kuman-Kıpçak olduğu görüşünde olan Kırzıoğlu Ahıska bölgesinin Kafkaslarda geçiş noktası olduğunu ve birçok kavmin burada geçici yaşam sürdüğünü vurgulamıştır (Yüzbey, 2008: s. 679-680). Bu kavimler içerisinde kalıcı olanın ise Kuman-Kıpçak Türkleri olduğuna işaret etmiştir. Bununla birlikte Ahıskalı Türklerin yaşadıkları coğrafyada Saka, Hun, Bulgar ve Hazar Türkleri hâkimiyetlerini kurmuştur. Kırzıoğlu, çok zengin edebi dile ve folklor geleneğine sahip olan Ahıskalı Türklerin Türk toplumu içerisinde en çok eziyet gören toplum olduğuna da vurgu yapmıştır.

Ahıskalı Türklerin tarih boyunca yaşadıkları zulümlerin nedeni elverişli coğrafyaya sahip olmaları ve diğer toplumların dikkatini üzerlerine çekmeleri olmuştur. Fakat Sovyetler Birliği içerisinde yaşadıkları zorluklar ise Türklükten kaynaklanmıştır. Ahıskalı Türkler sürgün ve göç gibi zorluklar yaşamalarına rağmen bir ulus olarak Türklüklerinden taviz vermemişlerdir.

Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan gibi Türk soylu devletlerde yaşayan kişilerin doğum belgelerinde Sovyetler Birliği döneminde Türk ismi yazılmamış ve yazılmaması konusunda Sovyet idarecilerinin talimatları olmuştur.

Ahıskalı Türkler ise sürgün öncesinde olduğu gibi, sürgün sonrasında da doğum belgelerinin milliyet kısmına Türk yazılmasında ısrar etmişlerdir. Sovyetlerde topluluk isminin sonunda Türk kelimesi geçen yegâne toplum Ahıskalı Türkler olmuştur. İdareciler Türk kelimesini aşağılamak ve Ahıskalıları Sovyetler Birliği içerisindeki diğer toplumlardan soyutlamak ve dışlamak için kullansalar da, Ahıskalılar bu kimliği severek taşımış ve yaşatmışlardır.

Ahıskalı Türkleri bir ulus olarak ayakta tutan simgeler içerisinde folklor ve geleneklerin yaşatılması vardır. Sovyetler döneminde Ahıskalılar tarafından müzik grupları adıyla çeşitli folklor grupları kurulmuştur. Müzik eğitimleri adıyla Ahıska folkloru, gelenekleri hakkında gençler bilgilendirilmiştir. Daha sonra bu bilgiler toplumun Türk ulusu olarak sürdürülmesinde önemli rol oynamıştır.

Ahıska folkloru birçok açıdan diğer Türk soylu halklardan ve toplumlardan farklıdır. Şöyle ki, Ahıskalı Türkler yaşadıkları coğrafyalara bağlı olarak bu coğrafyaların kültürünü kendileri ile birlikte taşımaktadırlar. Ata toprakları olan Ahıska'ya bağlı olarak Kafkasya kültürünü, sürgün olundukları Orta Asya'ya bağlı olarak Özbek, Kazak, Kırgız kültürünü, yaşadıkları Rusya ve Ukrayna'ya bağlı olarak Slav kültürünü ve son olarak ABD'ye göç ederek Amerikalılık kültürünü benimsemektedirler. Bir ulus olarak kökene bağlı bir şekilde Türk kültürünü yaşatsalar da, diğer halkların motifleri de Ahıska folklorunda yerini almaktadır (Hacılı ve Aydın, 2001: s. 7).

2.1.1. Ahıska Türkleri Tarihi

Ahıska bölgesinde Ahıskalı Türklerin var olmalarının tarihçesi çok eskiye dayanmaktadır. Tarih araştırmalarında bölgedeki Türk varlığının milattan önceye dayandığı kaydedilmektedir. Tarihi araştırmalarda 12. yüzyıldan itibaren bölgeye kuzeyden Kıpçak Türklerinin göç ederek yurt edindikleri belirtilmektedir. 1578 yılında Gürcistan'ın Osmanlı tarafından fethinden sonra bölge Türk yurduna çevrilmiştir. Anadolu'nun doğal uzantısı olarak 250 yıl boyunca Osmanlı idaresinde olan Ahıska bölgesi Osmanlı kayıtlarında Ahıska Vilayeti olarak isimlendirilmiştir (Kütükçü, 2005: s. 272).

Ahıskalı Türkler tarihlerinde birçok önemli olayı atlatarak günümüze gelmişlerdir. Tarihlerinde Atabekler dönemi olarak bilinen bir politik dönemden geçen Ahıskalı Türklerin günümüze kadar süren kahramanlık destanları bulunmaktadır.

Atabekler dönemi bu ailenin siyasi faaliyetleri ile bağlıdır ve Atabeklerle ilgili Gürcü tarihçileri de detaylı bilgi aktarmaktadır. Tiflis Krallarına karşı gelen Atabek Ailesi ile ilgili bilgilere Gürcü hikâyelerinde de rastlamaktayız. Moğol istilasına karşı çıkmak için 1266 yılında Tiflis'e doğru ilerleyen Kıpçak Beyi Cakli Sargis Gürcü Kralı David tarafından yakalanır ve hapse atılır. Bu durumdan haberdar olan İlhanlı kağanı Abaka Han David'den Sargis'in serbest bırakılarak onun yanına gönderilmesini ister. Sargis ise Abaka Han'la görüşmesinde Tiflis yönetiminde yaşamayacaklarını belirtir ve İlhanlı Kağanından desteğini alır. Bu adımıyla Sargis Anadolu'da 310 yıl yaşayacak ve Türklerin en uzun ömürlü Beyliği unvanını alacak Atabek Hükümetinin temelini atmış oldu. Kıpçak Atabeki Mirza Çabuk 1508 yılında Batı Gürcistan'ın Osmanlı'ya itaatini sağlamak için Trabzon Sancak Beyi Şehzade Yavuz Selim'e kendi askerleri ile destek vermiştir (Zeyrek, 2001: s. 10).

250 yıl Osmanlı'nın Çıldır Eyaleti'nin başkenti olarak önemli kültür merkezi haline gelen Ahıska 1828 yılında Ruslar tarafından işgal edilmiştir. Rus, Gürcü ve Ermeni ittifakı ile işgal edilen zorluklarla baş başa bırakılan bölge halkı zamanla Anadolu'ya doğru dağılmaya başlamıştır. Böylece birkaç yıl içerisinde bölgedeki Türk nüfusunun giderek sayısı azalmıştır. 1829 yılında Türkler Ruslar arasında imzalanan Edirne Antlaşması ile Ahılkelek ve Ahıska savaş tazminatı olarak Ruslara verilmiş ve bu bölgede Kars ve Ardahan illeri Osmanlı Devleti sınırları içerisinde kalmıştır. Ahıska'nın Ruslara teslim edilmesi ile katliamlarla dolu bir dönem başlamış ve Osmanlının Kafkasya kısmında kalan Ahıska'da yaşayan halkın bu zorlu günleri 1944 sürgününe kadar devam etmiştir. Sovyetlerin kurulması ile Ahıska'da yaşayan Türk halkının buradan çıkarılması için temel hazırlanmıştır. Atılan adımlarla Ahıska'nın Türk halkı zamanla bu bölgeden uzaklaştırılmaya çalışılmıştır (Demiray, 2012: s. 877-885).

Sovyetler kuruluncaya kadar Kafkaslarda Osmanlı-Rus savaşları devam etmiş ve 1877 yılında imzalanan Ayastefanos Antlaşması ile Batum, Kars ve Ardahan illeri Rusların eline geçmiştir. Bununla da Rusların Kafkaslarda giderek ilerlemesi daha da kolaylaşmıştır. Ahıska'nın kaybedilmesi Rusların Kafkaslarda ilerlemesini hızlandırmış ve Osmanlıyı Kafkaslarda zayıf duruma düşürmüştür. Tarihte 93 Harbi

olarak da bilinen savaş zamanı Kafkaslardan Anadolu'ya göç dalgası olmuş, Birinci Dünya Savaşı döneminde ise bölgede Ermeni Rus birlikçileri tarafından katliamlar yapılmıştır (Buntürk, 2005: s. 23).

Yukarıda ifade edilen olayları Osmanlının Kafkaslardan çekildiği veya Kafkaslara gereken ilgiyi gösteremediği bir dönem olarak kaydedebiliriz. Osmanlı diğer bölgelerdeki çatışmalardan dolayı Ruslarla mücadele edememiş, bu durum bazı bölgeleri kaybetmesine neden olmuştur. Atabekler yurdu giderek Osmanlının elinden çıkmaya başlamış ve Osmanlı sadece Atabekler Devletini değil, 19.yüzyılın ortalarına doğru daha geniş bir coğrafyayı kaybetmiştir.

1944 yılında Stalin tarafından Kafkasya'dan sürgün edilecek Ahıskalı Türklerin göç planı daha önceden hazırlanır ve sürgün hayata geçirilir. İkinci Dünya Savaşının patlak vermesi ile tüm Sovyetlerde yaşayan toplumlar askerliğe alınsa da, Türkiye sınırında yerleşen Türk soylu Ahıskalı Türkler askerliğe alınmamıştır**.** Fakat sürgünden kısa süre önce Ahıskalılar da askerliğe alınırlar ve geride kalan çocuklar, yaşlılar ve kadınlar ise 14 Kasım 1944'te sürgüne gönderilirler**.** Lavrenti Beria'nın Stalin'e raporu ile gerçekleştirilen sürgün zamanı Ahıska'nın 5 ilçesinden 200'den fazla köyde yaşayan 100 bine varan Ahıskalı göçe maruz bırakıldılar. Almanların Kafkasya'ya saldırısını bahane ederek sürgüne gönderilen insanlar hâlbuki savaş bölgesinden 170 kilometreden fazla uzakta yerleşmekteydi. Türkiye ile sınır bölgesi olması ve aslında Ahıskalıların Türklerle beraber Almanların yanında olabileceği düşüncesi bahane edilmiştir. 14 Kasım gecesinden başlayarak birkaç gün içerisinde ilçelerde yaşayan tüm Ahıskalı Türkler trenlerle gönderilirler. Daha sonrasında yerlerine Gürcistan SSC'nin farklı yerlerinden insanlar getirilerek yerleştirilir. (Bulloch, 2007). Gürcistan devleti Ahıskalı Türkleri göçe zorladıktan sonra boş kalan yerlere Gürcü ve Ermenileri yerleştirmiştir. Bunun ardından Ahıskalıların evlerinden geriye kalan gıda ve hayvanlarını ele geçiren Gürcü idarecileri bunları bölgeye yerleştirilen Ermeni ve Gürcüler arasında bölüştürmüştür. Ahıskalıların her şeyini bölgeye getirilen Ermeni ve Gürcülere dağıtmışlardır. 1944 yılında bir gecede evlerinden çıkarılan Ahıskalıların geride bıraktıkları mal mülkleri hakkında günümüze kadar bilgi verilmemekte, ne amaçla nerelere dağıtıldığı ile ilgili kayıtlara rastlanılmamaktadır (Çınar, 2015: s. 106-107).

Ahıskalı Türkler Orta Asya'nın Özbekistan, Kazakistan ve Kırgızistan gibi Türk soylu devletlerine sürgün edildikten sonra burada büyük zorluklarla karşılaşmışlardır.

Sürgün şahitlerinin söyledikleri gibi yerel halk Ahıskalılara vahşi bir toplum olarak yaklaşmıştır. İnsanların kaynayıp karışmasında birçok zorluklar çekilmiştir. Ahıskalıların da Türk ve Müslüman olduğu anlaşıldıktan sonra durum değişmiş, yerel toplumlar Ahıskalılara daha sıcak yaklaşmışlardır. Fakat bu durum da Ahıskalıların yaralarını pek fazla sarmamıştır. Çünkü İkinci Dünya Savaşı ile uğraşırken Sovyetlerin Orta Asya kısmındaki bu toplumlar açlık ve sefalet içerisinde yaşamak zorunda kalmıştır.

1956 yılına kadar Orta Asya ülkelerinde sıkıyönetim idaresinde yaşayan Ahıskalı Türkler 1944'ten beri süregelen zorluklarla baş etmek zorunda bırakılmıştır. 1956 yılında üzerlerinden kaldırılan sıkıyönetimin ardından serbest göç edebilen Ahıskalılar Sovyetlerin Batısına doğru ilerlemişlerdir. Bu dönemde Ahıska'ya giriş yasağı olsa da, halkın bir kısmı Azerbaycan'a yerleşmiş, diğer bir kısmı ise Rusya'nın Kafkasya kısmında kendilerine yurt edinmişlerdir. Sebep ise Ahıska'ya daha yakın olmak ve ele geçen her fırsatta Ahıska'ya yerleşebilmektir. 1936 yılından 1956 yılına kadar geçen sürede farklı milletlere mensup 3 milyondan fazla insan Sibirya ve Orta Asya'ya sürgün edilmiştir. Diğer halklardan farklı olarak ne devleti, ne de özerk cumhuriyeti bulunmayan Ahıskalı Türklerin sürgünü konusunda uluslararası kamuoyu 1968 yılına kadar bilgisiz kalmıştır. Gürcistan'ın dağlık bölgesinden çıkarılarak Orta Asya steplerine gönderilen Ahıskalı Türklerin hayati güvencesi sağlanmamıştır. Gıda yetmezliği, soğuk, hastalık ve sağlıkla ilgili diğer pozitif olanakların sunulmamasından dolayı Ahıskalılar yolda binlerce ölü bırakmıştır. Sürgün edildikleri Orta Asya çöllerinde ise Ahıskalı Türkler iklim farklılığı nedeniyle 30 bine kadar soydaşını kaybetmiştir (Aydıngün ve Aydıngün, 2014: s. 47). Ahıskalı Türkler sürgün olundukları bölgelerde yerel halklarla birlikte sorunsuz bir şekilde hayatlarını sürdürmüştür.

Sovyetlerin dağılma döneminde ise farklı ülkelerde ortaya çıkan etnik çatışmalar Ahıskalılara da yansımaya başlamıştır. 1990'ların sonlarında Kafkasya'da ve diğer bölgelerde çıkan olaylar gibi Orta Asya'da da Özbekler Ahıskalılarla çatışarak katliam yaşatmıştır.

Yolsuzluğun üzerini örtmek ve olabilecek ayaklanmaları bastırmak amacıyla Özbekler KGB'nin ve parti çalışanlarının desteği ve kışkırtması ile Ahıskalıları ülkede hor görmeye başlamıştır. Parti çalışanları tarafından Ahıskalılar *büyük tehlike arz eden halk* olarak manipüle edilmiştir. Bilinçaltına yerleştirilen bu negatif bakış açısı etkisini

gösterdi. 3 Haziran 1989 tarihinde üç milyondan fazla nüfusa sahip Fergana vadisinde toplam nüfusu 15 bini geçmeyen Ahıskalılarla Özbekler arasında çatışma meydana geldi. Kısa sürede yüzlerce ev yakıldı ve yağmalandı, 13 binden fazla Ahıskalı Fergana vadisinden tahliye edildi. Buradan tahliye edilen halk Rusya'nın Kursk, Tula, Oryol, Belgorod ve Smolensk gibi illerine taşındı. Faciadan kaçışta ikinci bir istikamet ise Azerbaycan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti (SSC) olmuştu. Olaylar büyüdükçe göç dalgası daha da genişledi ve diğer illerde yaşayan Ahıskalılar da bu zorluklarla yüzleşmek zorunda bırakıldı. Özbekistan'ın genelinde Ahıskalılar dışlanmaya ve ülkeyi terk etmeye maruz bırakıldılar. Haziran ayı sonuna kadar devam eden çatışmalarda 100'den fazla insan katledilmiş, yüzlerce ev yakılmış ve binlerce insan kentleri terk etmek zorunda kalmıştır. Fergana olayları sonrası Moskova'nın desteği ile Ahıskalılar gruplar halinde Özbekistan'dan çıkarılmıştır. Bu olaylarda Ahıskalıları katledenlerin kimlikleri ve cezaları bugüne kadar belli olmamıştır (Osmanov, 2001: s. 148-157).

Fergana faciası ile dünyanın farklı ülkelerine üçüncü (1944 sürgün sonrası dağılan ve 1956 yılı sıkıyönetim sonrası ikinci kez dağılan) kez dağılan Ahıskalı Türkler bu olaylar sonrasında kendi yurtlarına dönememiştir. Sovyetler Birliği idarecileri Ahıskalı Türklerin kendi topraklarına yerleşmesine izin vermemiştir. Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra Ahıskalı Türklerin sürgün suçunu üstlenecek veya onların geri dönüşüne destek verebilecek bir devlet ortaya çıkmamıştır. Ahıskalılar Sovyetler döneminde Gürcistan'dan sürgün edilmiştir, fakat Ahıskalı Türkleri sürgüne gönderen rejim 1991 yılında yıkılmış ve yerine yeni özgür devletler kurulmuştur. Ahıskalı Türkler Sovyetler dağıldıktan sonra adeta unutulmuş bir toplum olmuştur. Geriye yönelik acı hatıralar haricinde Ahıskalıların bir toplum olarak dikkate alınması göz ardı edilmiştir.

90'lı yıllarda Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra Sovyet Sosyalist Cumhuriyetleri birer birer kendi özgürlüklerini ilan ettiler. Bunların içerisinde Kafkasya'da Azerbaycan, Ahıskalıların sürgün olundukları Kazakistan, Kırgızistan ve Özbekistan gibi Türk soylu devletleri de vardı. Sovyetlerden yeni kurtulmuş ve özerkliğini ilan etmiş ülkelerin Ahıskalılara destek vererek Gürcistan'a yerleşmelerini sağlaması daha da zorlaşmıştır. Fakat eski Sovyet ülkelerinin diğer dünya ülkeleri ile sınırları açıldıktan sonra Türkiye ile Türk soylu devletlerarasında geliş gidişler kolaylaştırılmıştır. Ahıskalı Türklerin sürgün görmüş bir toplum olarak başka bir

ülkeye daimi yaşamak için serbest göç etmesi zordur. Fergana faciasını daha yeni yaşamaları Ahıskalı Türklerin acil desteğe ihtiyacı olduğunu ortaya koymuştur. Bu dönemde Türkiye'de önemli bir gelişme yaşanır. Turgut Özal döneminde Ahıskalıların Türkiye'ye iskânı ile ilgili önemli bir karar alınır. 1992 yılında TBMM tarafından 3835 sayılı "Ahıska Türklerinin Türkiye'ye Kabulü ve İskânına Dair Kanun" kabul edildi (Halidov, 2011: s. 43-45).Bu Kanunla yüzlerce Ahıskalı Türkiye'ye getirilerek Iğdır'a yerleştirilmiştir.

Kanun daha sonra çalıştırılmasa da Ahıskalıların Türkiye'ye göç etmesine öncülük etmiştir. Kanunla Türkiye'ye göç eden Ahıskalı Türkler daha sonrasında turist olarak gelen ve farklı illere yerleşen hemşerilerine destek olmuştur. İletişim, iş ve bilgi konusunda yardımda bulunmuştur. Ahıskalılar sürgünden sonra doğan haklarının iadesi ve anavatanlarına göçleri konusunda çeşitli ülkelerde çalışmalar yürütmüştür. Birleşmiş Milletler, Rusya Federasyonu, Azerbaycan ve Gürcistan delegasyonlarının katılımları ile toplantılar gerçekleştirilmiş ve fikir mübadelesi yapılmıştır.

Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği ve Açık Toplum Enstitüsünün işbirliği ile 7-10 Eylül 1998 yılında Lahey'de Ahıskalı Türklerin geri dönüşü ile ilgili müzakereler gerçekleştirilmiştir. Bu müzakerelere Rusya Federasyonu, Azerbaycan ve Gürcistan Hükümet Temsilcileri katılım sağlamıştır. Aradan bir yıl geçtikten sonra 1999 yılında Viyana'da yine aynı grubun katılımları ile Ahıskalı Türklerle ilgili toplantı gerçekleştirilmiştir. Lahey toplantısına katılan ülkelerin delegasyonları ile birlikte Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri, Ukrayna ve Avrupa Konseyinden temsilciler de katılım sağlamıştır. Ahıskalı Türklerin anavatanlarına geri dönmeleri, eski haklarının iadesi ve yaşadıkları ülkelerdeki statüleri gibi birçok konuda müzakereler yapılmıştır. Ahıskalı Türklerin Rusya toplumuna entegrasyonu konusundaki yükümlülükler hakkında Rusya Federasyonu temsilcileri taahhüt vermekten geri çekilmiş, Gürcistan temsilcileri ise 1999'un sonuna kadar Ahıskalı Türklerin anavatanlarına geri dönüşü konusunda gereken çalışmaları yapacağını ve bu sorunu çözeceğini taahhüt etmiştir (Bayramov, 2006: s. 49-52).

Geri dönüşle ilgili 1999 yılında Vatana Dönüş Komisyonu kurulacağına dair duyuru yapılsa da bu istikamette çalışmalar günümüze kadar gerçekleştirilmemiştir. Gürcistan temsilcilerinin Viyana ve Lahey'de verdikleri taahhütler ve daha sonrasındaki toplantılara katılanların vaatleri Ahıskalı Türklerin geri dönüşünü sağlamamıştır. Komisyon kurulsa da etkisiz kalmış, daha sonraları Ahıskalı Türklerle

ilgili atılan bu adımın arkasında farklı nedenlerin olduğu görülmüştür. Şöyle ki, Gürcistan'ın Avrupa Konseyine katılmak için manevra yaptığı dikkatlerden kaçmamıştır. 1999 yılından sonra Gürcistan ve Azerbaycan'da birkaç kez toplantılar gerçekleştirilse de, Ahıskalı Türklerin geri dönüşü konusunda ister belge, isterse de süreç konusunda kasıtlı olarak sorunlar oluşturulmuş, garantör ülke olmadığı için ise halk geri dönüşe sıcak bakmamıştır. Gürcistan'a gönüllü olarak geri dönenler ise çeşitli sorunlarla yüzleşmek zorunda kalmıştır.

Kazakistan, Kırgızistan ve Özbekistan'a sürgün edilen Ahıskalı Türkler daha sonrasında Fergana olayları nedeniyle ikinci bir sürgünü yaşamışlardır. Özbekistan'dan Rusya'ya göç eden Ahıskalıların bir kısmı burada kendilerine yurt edinmeye çalışmıştır. Sovyetler dağılmadan önce Rusya'nın Krasnodar bölgesine göç etmelerine rağmen Ahıskalı Türkler burada vatandaşlık elde etmekte zorlanmıştır. Yerel yönetim bu durumu Sovyetler sonrasında da devam ettirerek buraya gelen Ahıskalı Türklere vatandaşlık vermemiştir. Köylerde tarımla uğraşan Ahıskalılar şehir merkezine çıkmak istediklerinde, resmi evrak işlemleri olduğunda ve eğitimle ilgili işlemler gerçekleştirmek istediklerinde vatandaşlık sorunu engel olmuştur. Krosnodar'daki Ahıskalı Türkler göçmen muamelesi ile yaşamak zorunda kalmıştır. Yaşanan bu zorlukların altında yatan bir neden vardır. Sovyetlerin son yıllarında Ruslarla Çeçenler arasında sıkıntılı bir dönem yaşanmıştı ve bu sıkıntılar daha sonra Rusya Federasyonu'ndaki Müslüman toplumlara da etkisini göstermiştir.

Rusya'da *Çeçen sendromu* devam etmektedir, bu nedenle Ahıskalı Türkler Krosnodar'da Türk ve Müslüman toplum oldukları için baskı altında yaşamıştır. Fakat 16 Şubat 2004 yılında Krosnodar'da yaşayan Ahıskalı Türklerin hayatlarında önemli bir gelişme yaşanmıştır. Bu dönemde Uluslararası Göç Örgütü ve ABD Dışişleri Bakanlığının desteği ile Ahıskalı Türklerin mülteci statüsünde Amerika'ya göçü ile ilgili brifingler verilmeye başlanmıştır. Şubat ayı boyunca Krosnodar'ın 7 bölgesinde bilgilendirme yapılmıştır. Amerika'ya göç öncesinde Ahıskalılardan evlerini satabilmeleri için tapularını resmileştirmeleri istenmiştir. Yapılan brifingler sayesinde Ahıskalı Türklerin Amerika göçünün yolu açılmış ve 10 binden fazla Ahıskalı Türk bu dönemde Amerika Birleşik Devletleri'ne göç etmiştir. Krosnodar'dan ABD'ye göç eden Ahıskalı Türkler burada bir yıl süresince sığınmacı olarak yaşamıştır. 5 yıl sığınmacı olarak yaşadıktan sonra ise devlet tarafından Ahıskalılara vatandaşlık verilmesi üstlenilmiştir (Halidov, 2011: s. 48-49).

Ahıskalı Türklerin Rusya'nın Krosnodar bölgesinde yaşadıkları sorunlar içerisinde ilginç örnekler de mevcuttur. Örneğin, emniyet güçleri düzenli olarak gerçekleştirdikleri pasaport kontrolleri zamanı ellerine geçirdikleri Ahıskalıları sınır dışı etmeye çalışmıştır. Bazı Ahıskalıların hiçbir ülkeye mahsus pasaport veya kimliği olmadığından geri gönderebilecekleri bir devletleri de olmamıştır. Bu durum uzun yıllar boyu çözülemeyerek sorun olarak kalmıştır. Nedeni ise Fergana'dan çıkarıldıktan sonra kayıtlarının arşivlerden silinip atılması, ikinci bir sorun ise eski Sovyet pasaportu ile göç edenlerin Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra ellerindeki belgelerinin geçersiz sayılmasıydı. Kısacası *Haymatlos*[2] olan Ahıskalılar için Krosnodar'da yaşam artık çok zorlaşmıştır.

Krosnodar'dan Amerika'ya göç eden Ahıskalılar biraz rahatlamış olsalar da dünyanın dokuz ülkesine dağılarak yaşayan Ahıskalı Türkler farklı ülkelerde sorunlarla karşılaşmıştır. Ahıskalıların tarihinde 4.büyük olay 2010 yılında Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'e bağlı Mayevka köyünde çıkmıştır. Kırgız ve Ahıskalı gençler arasında çıkan olay büyütülerek çatışmaya çevrilmiştir. Çatışmaya ordu ve polis müdahale etmek zorunda kalmıştır. Olayda birkaç kişi öldürülmüş, evler yağmalanmış ve onlarca yaralı hastanelere kaldırılmıştır. Olayların siyasi nedenleri olduğu açıklansa da, bugüne kadar olayların neden kaynaklandığı ile ilgili net belgeler sunulamamaktadır.

Köyde halen Kırgızlarla birlikte Ruslar, Çeçenler ve Türk soylu Ahıskalı Türkler de yaşamaktadır. Fakat olayların cereyan ettiği dönemde Türklüklerinden arındırılmış yüzlerce Kırgız genç Ahıskalılara saldırmış ve katliama yol açmıştır. 19 Nisan 2010 tarihinde köye saldıran bir grup genç köylülerin taşlı sopalı tepkisinden sonra geri püskürtülmüştür. Bunun ardından üç binden fazla bir kalabalık halinde köye saldıran Kırgız gençlerinin karşısında Ahıskalılar yalnız kalmış, diğer azınlıklar ise olay büyümeden önce köyden kaçmıştır. Altı saatlik bir çarpışma sonucu köyün tüm ekin yerleri dağıtılmış, evler harabe bırakılmıştır. En kötüsü ise olaylarda can kaybı yaşanmıştır (Faigov, 2015: s. 71-75).

Ahıskalı Türkler sadece Özbekistan'da ve Kırgızistan'da değil, Ukrayna'da da sorunlarla karşılaşmıştır. 2014 yılında Ukrayna ile ayrılıkçı Rus yanlıları arasında ortaya çıkan savaşta Ahıskalılar ortada kalmıştır. Türkiye tarafından yapılan davet ve

2 Almanca aslı heimatlos olan kavramdır. Haymatlos kavramı, vatansız, uyruksuz, tabiiyetsiz, yersiz yurtsuz, vatanından kovulmuş gibi anlamlara gelmektedir (bkz., Akgün 1999: 224)

iskânlı göç ile savaşın ortasında kalan Ahıskalılar Türkiye'ye getirilmiştir. Özel uçaklarla Ukrayna'dan getirilen Ahıskalılar Erzincan'ın Üzümlü ilçesine yerleştirilmiş ve burada yaşamaları için gereken tüm destek sağlanmıştır. Bir diğer grup ise Bitlis'in Ahlat ilçesine iskan edilmiştir. Bu göç sürgün sonrasında Ahıskalıların yaşadığı 4.büyük olay olmuştur (Durdağı, vd 2017: s. 271-272).

Günümüzde Ahıskalı Türklerin Türkiye'deki sayıları artmakta, nüfusu daha fazla ülkeye yayılmaktadır. Tarihte yaşadıkları sıkıntılara rağmen ulus olarak halen ayakta durmaya gayret etmektedirler. Sürgün sonrası Ahıskalı Türklerin tarihine kısaca göz atıldığı zaman aşağıdaki olayları özetleyebiliriz:

Tablo 4: Ahıskalı Türklerin tarihlerinde yaşadıkları önemli olaylar

Tarih:	**Olay:**
1944	Sürgün
1956	Sıkıyönetimi kaldırılması ve Ahıskalıların Sovyetler içerisine dağılması
1989	Fergana Faciası
1992	Karabağ Savaşı
2004	Rusya'nın Krosnodar bölgesinden ABD'ye göç
2010	Kırgızistan Mayevka olayları
2014	Ukrayna Rusya savaşı ve Erzincan'a göç

2.1.2. Ahıskalı Türklerin Etnik Kökeni

Ahıska bölgesi her daim göç veren ve göç alan bir bölge olduğundan Anadolu'dan ve diğer bölgelerden buraya gelenler olmuştur. Yerleşim yeri itibari ile

hem tarıma hem de hayvancılığa uygun olan bu topraklara birçok büyük devlet göz dikmiştir. Ahıska bölgesinde hem Osmanlı öncesinde hem de sonrasında Müslüman ve Hristiyan topluluklar birbirlerine tolerans göstererek yaşamıştır. Türkler başta olmak üzere Gürcüler, Kürtler, Acarlar burada yüzyıllar boyunca sorunsuz bir şekilde yaşayarak ihtilaflara yol vermemiştir. Sürgün zamanı bölgede yaşayan Türkler, Kürtler, Hemşinliler aynı kültüre ve etnik bilince sahip olduklarından dolayı ayırt edilmeden sürülmüştür. Sürgün olunan tüm toplum *Ahıskalılık* düşüncesine sahip olduğu için fark konulmadan Ahıska bölgesinden uzaklaştırılmıştır. Ahıska ise bu topluluklar için anavatan olmuştur. Bugün de bir değer olarak Türkler, Kürtler ve Hemşinliler tarafından yaşatılmaktadır.

Ahıska kelimesi Dede Korkut destanında *Ak Kala* olarak geçmektedir. Evliya Çelebi ise Ahıska'yı tanımlarken *Ak – Sıka, Akhıska* gibi terimler kullanmıştır. Türkçede kullanılan tüm isimlendirmelerin manası Ak Kale (Beyaz Kale) anlamına gelmektedir. Gürcüler ise *Yeni Kale* anlamında *Akhal Tsikhe* olarak Ahıska'yı tanımlamaktadırlar. Osmanlının 1578 – 1582 yıllarındaki Kafkasya harekâtına katılan tarihçi Mustafa Ali Çelebi ise Gürcü dilinden yararlanarak Ahıska'yı kendi yazılarında doğrudan doğruya *Ak Şehir* veya *Akhal Kelek* olarak ifade etmiştir. Çelebi'nin savaşa katıldığı dönemde yaşanan gelişmeleri kayda aldığı "Nusret–Name" isimli çalışmasında ise Ahıska yerine *Ak Şehir* veya *Ak Kale* kelimelerini kullanmıştır. Tüm ifadelerde yer alan *Akhal* kelimesi ise *Ak* kelimesi ile eşanlamlıdır (Üren, 2015: s. 85-86).

Ahıska bölgesi Atabekler döneminde Osmanlıya katıldıktan sonra 250 yıl İmparatorluğun yönetiminde kalmıştır. Daha sonra Rusya ve ardından Sovyetler döneminde Gürcistan SSC sınırları içerisinde kalan bölge tüm bu yıllar içerisinde Türklüğünden taviz vermemiştir. Ahıskalıların kökenleri ile ilgili yapılan araştırmalarda hem Türklerin hem de Gürcülerin benimsediği görüşlere yer verilmektedir. Bölgede Kıpçaklar ve Buntürkler yaşadığından Türklerin görüşleri bu coğrafya insanlarının Türk menşeli olmasından yanadır. Ahıska Türkü olarak kendilerini tanıtan toplumun Orta Asya'dan geldiği ve Türk kökenli oldukları araştırmacılar tarafından iddia edilmektedir. Bu konuda diğer bir görüş ise Osmanlıdan önce bu bölgede Türklerin mevcut olmasıdır. Ahıskalı Türklerin Müslümanlaştırılmış Gürcüler olduğu iddiası da vardır. Bu konuda diğer bir iddia ise Ahıskalıların

Anadolu’dan gelerek Kafkasya’ya yerleşmiş Anadolu Türkleri olmasıdır (Durmaz, 2015: s. 3-4).

Yukarıda belirtilen fikirler bugün hem Gürcü, hem de Türk araştırmacıları tarafından ileri sürülmekte ve tarihi delillerle ispat edilmeye çalışılmaktadır. Fakat daha önce de belirtildiği gibi coğrafya tek etnik kimliğe sahip değildir. Göçler bu coğrafyanın demografik yapısında her zaman önemli rol oynamıştır. Bu nedenle Ahıska’nın nüfusunu tek bir etnik kimlikle açıklamak doğru değildir. Sürgün edilen Ahıskalı Türklerle yapılan araştırmalarla etnik farklılıkları görmek mümkündür. Sürmeli tarafından Iğdır’da etnik kimliğe sahiplilik konusunda yapılan araştırmada net bilgiler verilecektir.

Türkiye’ye göç eden Ahıskalıların hangi etnik kimliği benimsedikleri ile ilgili yapılan araştırmalarda bireylerin kendilerini Türk olarak tanıttıkları görülmüştür. Şöyle ki, Iğdır’a iskânlı göç ettirilen Ahıskalılar arasında yapılan bir araştırmada çoğunluk (% 65,8) kendisini Müslüman Türk, ikinci bir grup ise kendisini Türk olarak tanıtmıştır. Sovyetler döneminde dini açıdan yapılan baskıların sonucu olarak bu toplumun kendisini tanıtırken Türk kimliği ile birlikte Müslüman kimliğini de tanıtması gereksinimini duyduğu açık bir şekilde araştırmalarda ortaya çıkmaktadır. Türkiye’ye gelme nedenleri içerisinde kendilerini Türk olarak bilmeleri ve bu toplumun bir parçası olduğu duygusunu yaşamaları kaydedilmektedir. Diğer bir neden ise yaşadıkları ülkelerde dini, etnik ve hayati güvencelerinin olmamasıdır (Sürmeli, 2010: s. 131-132).

Ahıskalı Türkler 1921 yılında Türkiye ile sınırlar kapanana ve artık Rusya’nın öncülüğünde kurulacak Sovyetler hükümetinin sınırları içerisine kalana kadar Türkiye’ye bağlanmak niyetinde olmuşlardır. Posof ve çevresine *Yukarı Ahıska* diye hitap eden Ahıskalılar sınır oluşturulana kadar Ahıska ile ticari ve kültürel alışveriş yapmış, iletişimlerini devam ettirmiştir. Ahıskalı Türkler bugün olduğu gibi geçmişte de kendilerini Türk toplumunun bir parçası olarak görmüştür. Tüm bu geçmiş ilişkiler Sovyetler kurulduktan sonra idarecileri temkinle hareket ettirmiş, Ahıskalılara her zaman şüphe ve Türkiye yanlısı olarak baktırmıştır. Böyle bir davranış Ahıskalıların Sovyetler içerisinde kutuplaşmasına ve kendi içlerinde birleşmesine neden olmuştur. Ahıskalı Türkler sürgüne kadar kendilerinin ayrı bir etnik kimliğe sahip oldukları inancına çok az sahip olmuştur. Daha çok dini kimlik ön planda olmuş ve aile, sülale ve köy gibi kimlikler benimsenmiştir. Köylüler ve toprak sahipleri olarak iki toplumsal

sınıfa bölünmüştür. Sürgünle birlikte Ahıskalı Türkler kendilerinin ulusal kimliklerini de derinine kavramıştır (İnan, 2018: s. 92).

Yaşadıkları farklı coğrafyalara rağmen Ahıskalı Türkler etnik kimliklerini hiçbir zaman unutmamış, daim yaşatmıştır. Sürgünler ve farklı coğrafyalara dağılım Ahıskalı Türklerin milli kimliklerinin daha da pekişmesine neden olmuştur. Bugün bile Ahıskalı Türkler birbirilerine *nerelisin* diye sorduğu zaman kendilerini Ahıska'da dedelerinin doğduğu köyün ismi ile tanıtmaktadırlar.

Günümüzde Ahıskalı Türklerin yaşadıkları coğrafyaya yakın Artvin, Şavşat, Ardahan, Yusufeli ve Ardahan gibi bölgelerin insanları ağız olarak eski Kuman Kıpçak ağzını kullanmaktadır. Ahıskalılarla aynı ağızda konuşan bu toprakların insanları ile Ahıskalıları ayıran tek şey sürgün olunmak ve sınır ötesinde kalmaktır. Halen aynı ağzı konuşan bu iki toplumun bir kısmı sınır ötesinde Ruslara terk edilmiş, diğer kısmı ise sınırın Türkiye tarafında kalmıştır. Sınır ötesinde kalanlar 1944 yılında sürgün edilmiş ve farklı uluslarla birlikte hayatlarını devam ettirmiştir. Fakat sınırın Türkiye tarafından kalanlar aynı bölgede artık 75 yıldır dış etkilere maruz kalmadan yaşamaktadır. Tüm bunlara rağmen her iki toplumun üyeleri günümüzde yine de aynı ağzı konuşmaktadırlar. Ahıskalı Türklerin günümüzdeki etnik kimliklerine dikkat ettiğimiz zaman Kıpçak ve Osmanlı kültürünü benimseyen Müslüman Türk Toplumu olduğunu kolaylıkla ifade edebiliriz (Bayraktar, 2013: s. 74-76).

Ahıska bölgesinde yaşayan Ahıskalı Türkler 1944 yılına kadar, yani sürgün gerçekleştirilene kadar kendilerini *Bizim Şenlik* olarak tanıtmıştır. Orta Asya'nın Kazakistan, Özbekistan ve Kırgızistan Cumhuriyetlerine sürgün olunduktan sonra ise burada Türk veya Kafkasyalı olarak anılmışlardır. Ahıska'nın 5 ilçesi içerisinde yer alan Ahılkelek ve Bogdanovka'dan sürülen Hemşinler, Terekemeler ve Kürtler de Türk olarak bilinmiştir. Fakat aynı zamanda Acara'dan sürgün edilen Türkler, Kürtler ve Hemşinler ise daha çok kendi Türk, Kürt, Hemşin etnik kimlikleri ile Orta Asya ülkelerinde bilinmiştir (Çhehov, 2014: s. 505).

2.1.3. Ahıska Türklerinin Yaşadığı Coğrafya

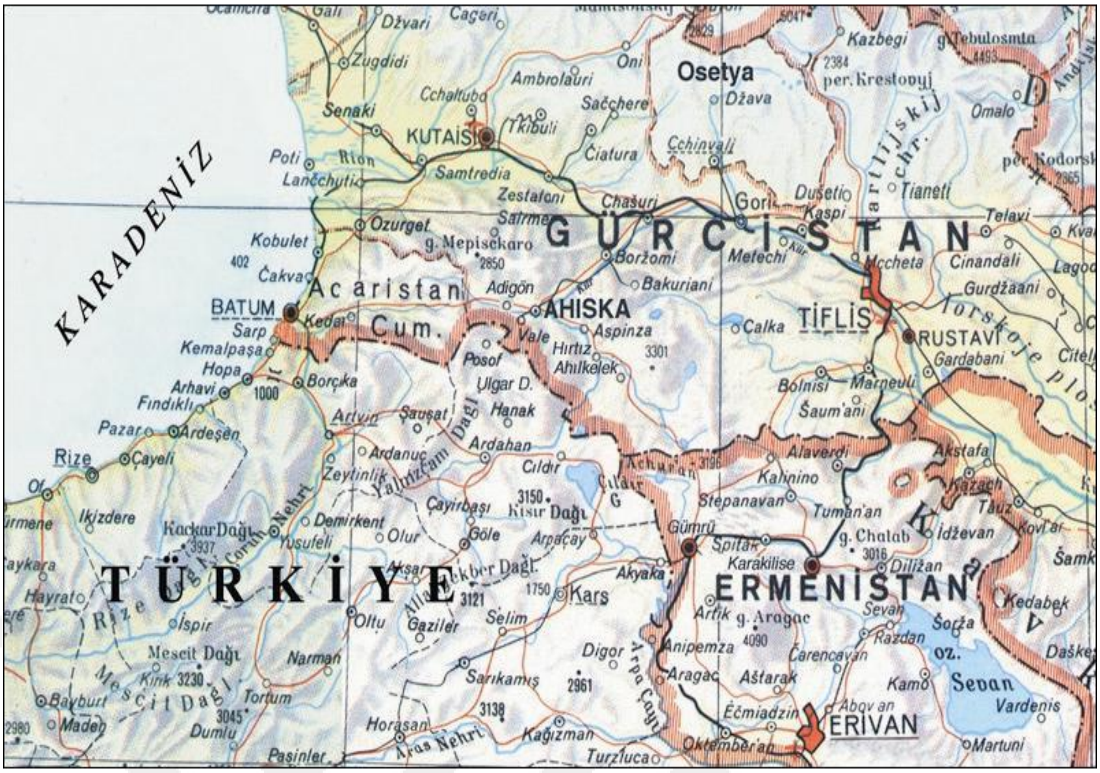
Ahıska günümüzde Posof'un Kuzeydoğusunda yer almaktadır. Türkgözü sınır kapısından 21 kilometre uzaklıkta, Ardahan merkezden ise 60 kilometrelik bir mesafede yerleşmektedir. Kafkasya'da çok önemli bir bölgede yerleşen Ahıska dağlar

arasında düzen ve tepelikten ibarettir. Batum – Borjom – Ahılkelek anayollarının üzerinde yerleşen Ahıska'nın 1940'lı yılları itibarı ile endüstriyel gelişmesi başlamıştır. Sürgünle azalan nüfusu 1968 sayımlarında 18 bin olarak kayıtlara geçmiştir (Gölen (Çelik), 1996: s. 1-3).

Ahıska günümüzde de Kafkasya'nın Anadolu'ya açılan kapısı olarak bilinmektedir. Hatta Ahıskalı bir ozan Ahıska'nın Ruslar tarafından işgalinden sonra durumu aşağıdaki gibi özetlemiştir:

Ahıska bir gül idi gitti
Bir ehl-i dîl idi gitti,
Söyleyin Sultan Mahmud'a
İstanbul kilidi gitti.

Böylece ozan Osmanlı'nın Kafkasya kapısı olarak bilinen Ahıska'nın elden çıkması ile Avrupa kapısı olarak bilinen İstanbul'un da kilidinin elden çıktığını Sultan Mahmud'a imalı bir şekilde ifade etmiştir. Türkiye sınırı ile birleşik olan Ahıska Gürcüler tarafından Meskhetia veya Cavaheti olarak tanımlanmaktadır. Türkiye'nin kuzeydoğusunda yerleşen Ahıska Acara Özerk Cumhuriyeti'nin doğusunda kalmaktadır. Gürcistan sınırları içerisinde yer alan Ahıska Tiflis'in ise güneybatısında konumlanmaktadır. Eski Türk yurdu olarak bilinen Ahıska Kür nehrinin solunda ve yukarı kesiminde bulunmakta ve Kars ilimizin kuzeyinde yerleşmektedir. Ahıska bugün Ahıska, Ahılkelek, Adıgün, Aspindza ve Bogdanovka olmak üzere beş ilçeden oluşmaktadır. Bunun yanı sıra Abastuban, Vale, Azgur gibi önemli yerleşim yerlerine sahiptir. Merkez Ahıska şehri ise yukarıda belirtildiği gibi Türkiye sınırına 15-20 kilometre uzaklıktadır (Sargın, 2006: s. 17). Gürcistan içerisinde yer alan ve Karadeniz'e yakınlığı ile bilinen, Türkiye ve Ermenistanla sınırda yerleşen Ahıska'nın yerleşim coğrafyasını aşağıdaki haritadan daha detaylı görmek mümkündür:



Şekil: 1 Ahıska'nın Coğrafi Haritası

Kaynak: https://www.ilimvemedeniyet.com/bitmeyen-kanli-surgun-1944-ahiska-surgunu.html/ahiska-bolgesi-haritasi

Ruslar tarih boyunca sıcak denizlere inme politikasını gütmüştür. Fakat Rusların Kafkaslardan sıcak denizlere inme yolunda Ahıska yerleşmekteydi. Ahıska'nın ele geçirilmesi ile bu plan yerine getirilmiş olacaktı. Ahıska Osmanlının elinden çıktıktan sonra Ruslar Anadolu'nun içerilerine doğru 500 kilometre daha yol kat edebilmişti. Sadece bu örnek Ahıska'nın gerçekten kilit rolünü oynadığını ispat etmiştir.

Yüzölçümü 6413 km2 olan Ahıska'da 5 ilçe, 7 kasaba ve 250 köy vardır. Dağlık bölgelerde kış uzun sürmekle birlikte bu bölgelerde altı ay süresince kar yağmaktadır. Yükseklerde kış sert geçmektedir. Aşağı bölgeler ise Karadeniz ikliminden etkilenmektedir ve daha sıcak havaya sahiptir. Ahılkelek bölgesi 1750 metre deniz seviyesinden yüksekte yerleşmektedir. Ninotsminda bölgesinde yerleşen köylerin birçoğu deniz seviyesinden 2000 metre yükseklikte yer almaktadır. Bu bölgeler -20 derecelik soğuğu ile "Gürcistan'ın Sibiryası" olarak da bilinmektedir. Doğu Batı ekseninde Ahıska coğrafyası sadece geçiş bölgesi değil, aynı zamanda askeri amaçlar için mevkilerin kurulabileceği, üstlenmeye müsait bir bölgedir. Bu toprakları elinde tutan kuvvet hem Gürcistan – Azerbaycan hattına, hem de Türkiye istikametindeki

coğrafyaya hâkim olabilmekte ve bu bölgelere açılım yapabilmektedir (Kanbolat, 2000: s.11). Bu bilgiler Ahıskalı Türklerin tarihi yaşam yerlerinin coğrafyası ile ilgilidir. Fakat Ahıskalıların bir de 1944 yılında sürgününden sonra dağılım coğrafyaları da mevcuttur. Halen Ahıskalı Türkler tarihi topraklarına yerleşemediğinden dağıldıkları ülkelerin coğrafyasının öğrenilmesi de önemlidir.

Oskari Pentikäinen ve Tom Trier'e göre Ahıskalı Türklerin bugünkü kültürel ve sosyal kimliğinin öğrenilmesinde onların 1944 yılından sonra dağıldıkları coğrafyayı da bilmek gereklidir. Sovyetler dâhilinde farklı Cumhuriyetlere dağılmış olmaları ve daha sonrasında okyanus ötesine göç etmeleri Ahıskalıların yaşam coğrafyalarının tamamen değiştiğini göstermektedir. Ahıskalı Türkler 1944 yılına kadar sosyal ve kültürel olarak Türkiye ve Azerbaycan'dan etkilenmiştir. Hem Azerbaycan'da hem de Türkiye'de Ahıskalı Türkler önemli mevkilerde çalışmış ve bilime katkı sağlamıştır. 1944 yılında Ahıskalı Türkler sürgün olunduktan sonra Orta Asya'daki diğer Türk topluluklarla tanışmıştır. Ahıskalılar Kazakistan, Özbekistan ve Kırgızistan'daki yerel toplumlarla kültürel olarak alışverişte bulunmuştur. 1956 yılına kadar sıkıyönetimde yaşamak zorunda bırakılan Ahıskalı Türkler bu süre zarfında farklı ülkelere göç edememiştir. 1956 yılında üzerlerinden kaldırılan sıkıyönetim sonrası Ahıskalılar Rusya, Azerbaycan ve Ukrayna gibi ülkelere dağılmış, fakat yine de Gürcistan'a göç etmelerine izin verilmemiştir. 1991 yılında Sovyetler dağıldıktan sonra sürgün olunmuş Ahıskalıların yaşam coğrafyalarına Türkiye, kısmen Gürcistan ve Kıbrıs da dâhil olmuştur. 2004 yılında Rusya'nın Krosnodar bölgesinden ABD'ye göç ettirilen Ahıskalıların yaşam coğrafyalarına okyanus ötesi Amerika Birleşik Devletleri de dâhil olmuştur. Böylece toplu olarak Ahıskalıların yaşadıkları ülkelerin sayısı 10'a çıkmıştır (Pentikainen ve Trier, 2004: s. 6-9).

Göçlerle birlikte Ahıskalı Türklerin yaşadıkları coğrafya da genişlemiştir. Günümüzde 15 ülkenin 100'den fazla bölgesine dağınık halde yaşayan bu toplum dünyadaki ekonomik değişkenlere uygun olarak daha fazla ülkeye yayılmaktadır. 1944 yılında Ahıska'nın 209 köyünden alınan 100 bine yakın Ahıskalının nüfusu günümüzde 600 bini geçmiştir. Ahıskalı Türkler Özbekistan'da Fergana, Taşkent başta olmakla Sırderya, Namangan, Semerkant, Buhara ve Andican gibi bölgelerde toplu olarak yaşamaktadır. Kazakistan'da Almatı başta olmakla Çimkent ve Taraz gibi bölgelerde yerleşmektedir. Kırgızistan'da ise Ahıskalılar Bişkek, Oş ve Celalabad'da toplu olarak yaşamaktadır. Sözü edilen bu bölgeler Ahıskalıların 1944 yılındaki sürgün

zamanı Orta Asya’nın üç ülkesine yerleştirildikleri şehirlerdir (Sargın, 2006 s. 17). Bunun yanı sıra 1956 yılında Ahıskalılar üzerinden sıkıyönetimin kaldırılmasından sonra yayıldıkları diğer ülke ve şehirler ise şöyledir:

Rusya Federasyonu: Bu ülkede Ahıskalıların nüfusu 100 binin üzerinde gösterilmektedir. Rostov, Krosnodar, Belgorod, Nalçik, Tula, Stavropol, Kursk, Smolensk ve Moskova’da gibi illerde Ahıskalı Türkler toplu olarak ikamet etmektedirler. Ahıskalıların ekseriyeti Rusya Federasyonu’nun Kafkasya kısmını kendilerine yurt edinmiştir (Seferov ve Akış, 2008: s. 398-405).

Azerbaycan Cumhuriyeti: 1956 yılında sıkıyönetimin kaldırılmasından sonra Ahıska’ya daha yakın olmak için Ahıskalı Türkler Azerbaycan’a göç etmiştir. Fakat yıllarca yaşamalarına rağmen buradan Gürcistan’a, yani Ahıska’ya geçmelerine izin verilmemiştir. Ahıskalı Türkler Azerbaycan’da genellikle Saatli, Sabirabad, Beylagan, Guba, Haçmaz, Gence, Oğuz, Gebele, İsmayıllı, Şamahı, Salyan, Şirvan, Şabran ve Bakü gibi şehirlerde yaşamaktadırlar. 70 bine yakın nüfusa sahip olan Azerbaycan’daki Ahıskalı Türkler son zamanlar Türkiye’ye kitlesel göç etmektedir. Bu nedenle Azerbaycan’da önemli miktarda nüfus değişimi yaşanmaktadır (Seferov ve Akış, 2008: s. 398-405).

Ukrayna: 1989 Fergana olaylarını yaşadıktan sonra Ahıskalı Türklerin göç ettikleri ülkelerden biri de eski Sovyetler ülkesi olan Ukrayna’dır. Özbekistan’dan göç eden Ahıskalı Türkler Ukrayna’nın Donetsk, Kharkov ve başkent Kiev gibi şehirlerinde toplu bir şekilde ikamet etmektedir. Fakat Donetsk bölgesindeki Ahıskalı Türkler 2004 yılında Ukrayna – Rusya arasında çıkan savaş nedeni ile Türkiye’nin Erzincan ve Bitlis illerine göç ettirilmiştir (Seferov ve Akış, 2008: s. 398-405).

2.1.4. Ahıska Türklerinin Kültürü

Ahıskalı Türkler yaşadıkları bölgenin coğrafi koşullarına uygun olarak çiftçilik ve hayvancılıkla uğraşmıştır. Türkiye ve Azerbaycan’da bilimin gelişmesine Ahıskalı din ve bilim adamları destek verseler de Ahıskalı nüfusunun çoğunluğu köylerde yaşamaktaydı. Ahıska bölgesi meyve yetiştiriciliği ile de popüler bir bölge olmuştur. Bunun dışında Ahıskalılar arasında yaylacılık geleneği 1944 sürgününe kadar devam etmiştir. Ahıskalı Türklerin 1944 yılından önceki dönemde çiftçilik, tarım ve

meyvecilikle ilgili kullandıkları kelimelere dikkat ettiğimiz zaman Gürcüce ve Rusça bazı kelimeler hariç tümü Türkçedir. Fakat sürgün sonrası Ahıskalı Türkleri ağzında yaşadıkları ülkelerin kullandıkları kelimelere rastlamaktadır.

Bunun yanında Kuzey Doğu Anadolu, Azerbaycan Türkçesi ve Doğu Anadolu ağızlarının daha ağır bastığı ve tüm bu ağızların Ahıskalı Türklerin dil kültüründe harmanlandığını görmekteyiz. Ahıskalı Türklerde kış hazırlıkları, yemek kültürü, takvim Türk kültürü ile aynıdır. Halkın tamamı Sünni Müslüman ve dine bağlı topluluktur. 1944 yılında gerçekleştirilen sürgünün nedeni olarak Türk olmalarını görmüşlerdir. Bu sebeple gittikleri yerlerde Türklüklerinden taviz vermemişler, Türkçeye sıkı bağlanarak kendilerini *Türk* veya *Osmanlı Türkü* olarak tanıtmışlardır. Ahıska bölgesi uzun yıllar Osmanlının etkisi altında kaldığından Ahıskalı Türklerin bağımsız yazı dili olmamıştır. Lakin Ahıskalı Türklerin ağzı eski Anadolu Türkçesi ve Dede Korkut Kitabı'nın dili ile aynıdır (Demiray, 2011: s. 41-42).

Ahıskalı Türklerin dili zengindir. Türkçe ile birlikte Ahıskalılar yaşadıkları ülkelerin dillerini de iyi bilmektedirler. Bunun yanı sıra Ahıskalılar genel olarak eski Sovyetler coğrafyasında yaşadıkları için Rusçayı da ana dili gibi bilmektedirler. Ahıskalılar bir araya geldikleri zaman kendi ağızlarında konuşmakta, mecbur kalmadıkları sürece Rusça pek fazla kullanmamaktadırlar. Ahıskalı kültüründe önemli olan bir diğer konu ise giyim kuşamdır.

Ahıskalı Türklerde sürgün öncesine kadar giyim yerel Kafkas tarzı olarak kullanılmıştır. Fakat sürgün sonrası Ahıskalılar göç ettikleri coğrafyanın kültürüne uygun şekilde giyim tarzı kullanmıştır. Türkiye dâhil olmakla şehirlerde yaşayan Ahıskalıların genel kent kültürüne uygun giyim tarzı vardır. Fakat sürgün edildikleri ülkelerin kırsal bölgelerinde ve köylerinde yaşayanlarda ise eski geleneğin izleri hâlâ mevcuttur. Örneğin Kafkasya'daki Türk kültüründen kalan baş bağlama biçimleri halen köylerde devam ettirilmektedir. Mahalli giyim tarzları sadece düğünlerde farklılık göstermektedir (Köksal, 2007: s. 21-22). Gelenekler genellikle köylerde yaşayan Ahıskalı Türkler arasında bugün de devam ettirilmektedir. Farklı ülkelerde yaşayan Ahıskalı Türkler arasındaki giyim geleneği aynı olsa da zamanla kentleşmenin etkisi ile genel kıyafetler diğer toplumlara uygunlaştırılmaktadır. Ahıskalıların kültürüne etki eden bir diğer neden ise dindir.

Ahıskalıların geneli İslam dininin Hanefi tarikatına inanmaktadır. İslam dininin şartlarını yerine getirmekte ve peygamberin buyrukları ile hayatlarını yaşamaya

çalışmaktadırlar. Ahıskalılarda İslam'a geçiş ise Osmanlının Ahıska'yı fethi ile başlamıştır. Ahıskalılar dini inançlarında sadece İslam'ın şartlarını yerine getirmemektedirler. İslam öncesi inançları da İslam'la birlikte yaşatmaktadırlar. Batıl inançlar da Ahıskalılar arasında yaygındır. Baharın gelişi ile ilgili yapılan kutlamalar ise günümüzde de devam ettirilmektedir. Dans, oyunlar ve falcılığa daha çok köylerde yaşayan Ahıskalılar inanmaktadırlar. Baharın gelişi ile ilgili yapılan festivaller ve tiyatro gösterileri ise vazgeçilmez kültürel etkinliklerdendir (Wisconsin: DHFS, 2005). Batıl inançlara sadece Ahıskalı Türkler arasında değil diğer toplumlarda da rastlanmaktadır. Toplum içerisindeki bilinçli kişiler batıl bilgilerle dini bilgileri ayırt etse de, bazı kişiler bunları karıştırmakta ve günümüzde de bu inançlarla hayatlarına devam etmektedir. Ahıska kültürü içerisinde incelenmesi gereken diğer bir konu ise mutfak kültürüdür.

Ahıskalı Türklerin mutfak kültüründe daha çok doğal gıdaların kullanımına ve kalorili gıdalara üstünlük verilmektedir. Yemeklerde daha çok kümes hayvanları veya özellikle kuzu eti, balık ve yabani av hayvanları gibi etler daha yaygın bir şekilde tüketilir. İslam'da buyrulduğu için domuz, kabuklu deniz ürünleri ve diğer avcı hayvanların etleri tüketilmemektedir. Ahıskalı Türklerde aile yapısı ataerkildir. Ailenin başını erkekler alır, kadınlar ise çocukları büyüten, haneyi idare eden, akrabalarla ve komşularla iletişimi kuran aile ferdidir. Erkekler genellikle kahvehanelerde buluşurlar ve burada en çok konuşulan konular içerisinde iş ve politika yer almaktadır (Wisconsin: DHFS, 2005).

Ahıskalılarda da diğer toplumlarda olduğu gibi yazılmayan aile kanunları da mevcuttur. Bu kanunlar geçmişten günümüze süregelmektedir. Birçok coğrafyada yaşamalarına rağmen Ahıskalılar kültürlerini günümüzde de devam ettirmektedirler. Ataerkil yapıya sahip olan Ahıska ailesinde erkekler ailenin lideri sayılırlar. Kadına da söz hakkı tanınır fakat sonda karar veren yine erkek olur. Eğer aile kalabalıksa o zaman kardeşlerin içerisindeki en büyüğünün sözü dinlenir, evin yaşlı bireyleri ise tavsiye ve aksakal rolünü icra ederler. Evin büyükleri vefat ederse ve aile kalabalıksa büyük ağabey yine tüm kararları verir ve evin reisliğini üstlenir. Aile çekirdek aileyse ve de anne baba vefat etmişse evin büyük erkek çocuğu küçük yaşlarda olsa bile akrabaların desteğine rağmen aile adına karar vermede etkili olur. Aile içerisinde yaşa ve cinsiyete göre iş dağılımı vardır. Bazı işler ise ortaklaşa yapılır.

Ahıskalılarda aile dâhili kurallar halen katı bir şekilde uygulanmaktadır. Büyüklere karşı saygı gösterilmesine özen gösterilir. Hatta torunları olsa bile evin yaşlıları sağken baba eve reislik yapamaz ve her zaman evin en yaşlı bireyi karşısında buyrukları yerine getirir. Aile büyükleri uyumadan uyumaz, onların yanında bacağını bacak üstüne koyamaz, sigara veya içki kullanamaz. Evin büyükleri odaya dâhil oldukları zaman herkes ayağa kalkar, masanın başköşesinde erkek oturur ve yemek geldiği zaman ilk ona verilir. Evin büyüğü yemeğe başlamadan kimse yemeğe başlamaz. Erkekler arasında olan bu hiyerarşi kadınlar arasında da mevcuttur. Evin büyüğü kayınvalidedir ve tüm kararları vermede etkilidir. Hatta hangi yemeğin hangi öğün pişeceğine de kayınvalide karar verir. Geline ailede *elkızı* olarak tabir edilir ve ev işlerini o yapar. Gelinler yaşça büyük akrabalarla konuşmaz ve bu saygı anlamında yapılan gelenektir. Bu konuşmama geleneği bazen yıllarca sürer ve ancak aile büyükleri izin verdikten sonra gelin sözlü iletişime geçebilir. Bu geleneğin yerine getirilmesi karşılığında geline sonda hediye verilir. Bu gelenekler halen Ahıskalılar tarafından farklı ülkelerde devam ettirilmektedir. Fakat köylerde yaşayan Ahıskalılar daha çok geleneğe uymaktadır (Yüzbey, 2008: s. 684).

Göçmenlerin gittikleri bölgede oluşturduğu en büyük sorun oradaki nüfus sayısı değildir. Göç eden kişilerin yerel halkın kültüründe değişiklik yapması en büyük tehlikedir. Fakat Ahıskalı Türkler göç ettikleri bölgelerde yerel halkların kültürlerine saygı ile yanaşmış ve kendi kültürlerini de yaşatmıştır. Asimile edilmemelerinin en büyük nedeni ise kendi kültürlerine saygı göstermeleri ve kapalı da olsa kültürlerini devam ettirmeleridir. Ne kadar asimile olmamak bir toplum için güzel bir şey olsa da, Rusya'nın Krosnodar bölgesinde yaşayan Ahıskalı Türkler asimile olmamanın ortaya çıkardığı zorluklarla karşılaşmıştır. Yerel halklar her zaman Ahıskalıları Türk ve Müslüman toplum olarak kendilerine tehlike bilmiştir (Koriouchkina, 2009: s. 39–52). Kültür farklılığında ikinci bir sorun ise Rusya'ya mecburi olarak göç etmek zorunda bırakılan Ahıskalıların yaşadıkları bölgelerde kendi aralarında Rusça konuşmamasıydı. Rus medyası Ahıskalıların Slav geleneklerine uygun olmayan kültür örneği sergilediklerini aktarmaktaydı. Hatta Ahıskalıların Rusça öğrenmemekte ısrar ettiklerini bile iddia etmekteydi. Bu durum Ahıskalı Türklerin dışlanmasına neden olmuştur.

Dini açıdan Ahıskalılar Ramazan ve Kurban bayramlarına büyük önem vermektedirler. Bayram namazlarından sonra Ahıskalılar ilk önce kendi ailelerine

dönerek bayramlaşırlar. Bunun ardından gün içerisinde tüm komşular ve yakın akrabalar ziyaret edilir. Ziyaret edilenler arasında yaşlılar da vardır. Akraba olmasa bile tüm yaşlılar bayramlarda ziyaret edilir ve hal hatırları sorulur. Kültürel olarak bu kadar birbirilerine bağlanmalarının nedeni belki de sürgünler ve dışlanmalardır. Ayrı düşmek, göç ve hasret bu toplumu daha çok birbirilerine kenetlemiştir. Ahıskalılar miladi takvimle yeni yılı kutlamaktadırlar. Fakat kendi aralarında Ocak 13'de yeni yılı kutlarlar ve kutladıkları yeni yıla *Teze Yıl* derler. Nevruz bayramını Ahıskalılar coşku ile kutlamazlar. Bunu sürgün sonrası yaşadıkları ülkelerin kültürleri ile bağdaştırırlar. Hâlbuki Nevruz Bayramı Orta Asya ülkelerinde olduğu gibi, Kafkasya'da da hem eskiden hem de günümüzde kutlanmaktadır. Nevruz toprağın uyanışı ve baharın gelişini sembolize etmektedir (Yüzbey, 2008: s. 689).

Ahıskalı Türklerin sürgün yıllarına ait yazılı kitaplarına rastlamak mümkün değildir. Çünkü Ahıska'da bulunan kitaplar sürgün öncesi ve sürgün sırasında Rusya'ya kaçırılmıştır. Sürgün dönemi yazarlarının eserleri ise genellikle defterlerinde kaybolup gitmiş ve kitap haline getirilememiştir. Sürgünden sonra kendini toparlayan toplumun edebi eserleri ortaya çıkmaya başlamıştır. 1991 yılında Sovyetlerin dağılması ile eserlerin basımında daha da kolaylık sağlanmış ve Sovyet baskısından kurtulan Ahıskalılar farklı ülkelerde kitaplarını yayınlayabilmiştir. Fakat yine de Ahıskalılar yaşadıkları ülkelerin Türkçe ağızlarından yararlanarak kitap yazmıştır. Türkiye'de ise Türkiye Türkçesinde eserler basılmaktadır. Ahıskalıların kendi dillerinde edebiyatı halen oluşmamıştır. Az sayıda rivayetler ve masallar kendi ağızlarında kayda alınarak korunmaktadır. Birçoğu yazıya geçilemediği için unutulmak üzeredir. Yaşlılar sözlü kültürü günümüzde devam ettirse de, yeni nesil artık bu halk edebiyatı ürünlerinden uzakta kalmaktadır.

2.2. AHISKALI TÜRKLERİN KİMLİK İNŞASI ÇALIŞMALARI

Ahıska Osmanlının elinden çıktıktan kısa süre sonra Türkiye tarafından unutulmuştur. Bu unutulmanın tarihi gerçekleri vardır. Şöyle ki, Osmanlının elinden çıktıktan sonraki yıllarda Sovyet – Türkiye sınırları oluşturulurken Türk toplumu olarak Ahıskalı Türkler sınırın Gürcüler tarafında bırakılmıştı. Sürgün şahitleri ifadelerinde Türk oldukları için bu zulümleri gördüklerini söylemiştir. Ahıskalılar sınırın ötesinden kalmalarına ve çektikleri zorluklara rağmen yine de Türklüklerinden

vazgeçmemiş, ulusal kimliklerine sıkı bir şekilde tutunmuşlardır. Ahıskalıların günümüzde de en büyük korkusu Türk kimliğini kaybetmesidir. Çünkü özerk cumhuriyeti veya devleti olmayan bir toplumun kimliğini kaybetmesi kendisini kaybetmesi anlamına gelmektedir. Zamanla asimile edilme korkusu bu toplumu daim canlı tutmuştur. Yaşadıkları coğrafyalarda yerel halkla her ne kadar içli dışlı olsalar bile, kültürel olarak kaynayıp karışmamış, asimile olmamışlardır. Ahıskalı Türkler sürgün sonrası Sovyet politikaları ile gizli tutulmaya çalışılsa da, toplum içerisinden çıkan liderler bu toplumu tanıtmak için çıkış yolları aramıştır.

Toplumun uluslararası ölçekte kendini tanıtım çalışmalarına 1972 yılında başlanılmıştır. Rusya'nın Kabarda Balkar Özerk Cumhuriyeti'nde yaşayan Ahıskalı Reşit Seyfatov Sovyet Komünist Partisi Genel Sekreteri L.İ.Brejnev'e gönderdiği mektuplarının sonucunu elde edemeyince farklı bir adım atmıştır. Şöyle ki, Seyfatov bu kez dönemin Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri Kurt Waldheim'a Ahıskalıların sürgün edildiklerini ve bunun uluslararası kamuoyundan saklandığını yazılı olarak ifade etmiştir. Tüm tehdit ve baskıya rağmen Reşit Seyfatov Birleşmiş Milletlerde Ahıskalı kimliğinin tanıtımı için adım atmıştır. 14 Ağustos 1972 yılında Reşit Seyfatov Türkiye'nin Sovyetler Büyükelçiliği'ne de mektup yazmıştır. Türkiye Başvekili Ferit Melen'e yazdığı mektubunda kendilerinin Sovyetlerde unutulduğunu ve kendilerine Türkiye'nin sahip çıkması gerektiğini ifade etmiştir (Faigov, 2017: s. 497). Tüm bu girişimlerden sonra Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği içerisinde Kırım Türkleri ve diğer topluluklar gibi Ahıskalı Türklerin de olduğu ortaya çıkmıştır. Bu müracaatlar sonrasında Türkiye kamuoyu da Ahıskalılardan haberdar olmaya başlamıştır.

Sovyetlerin dağılmasından sonra AGİT'in hakların bölüştürülmesi ile ilgili gerçekleştirdiği toplantıda Ahıskalılar bir daha gündeme getirilmiştir. Ahıskalıların Sovyetler içerisindeki varlığı ve hakları bu toplantıda gündem maddesi olarak tartışmaya sunulmuştur. Toplantının ardından Ahıskalı Türklerin uluslararası kurum ve kuruluşlarda gerçekleştirdikleri görüşmelerin sonucu olarak Birleşmiş Milletler Yüksek Komisyonu Ahıskalı Türklerin sürgününe dair meselelere yönelik kararlar kabul etmiştir. 1998 yılında Rusya, Azerbaycan ve Gürcistan'ın katılımı ile gerçekleştirilen "Haag Toplantısında" ise hem Ahıskalıların hakları konuşulmuş, hem de Gürcistan karşısında Ahıskalıların anavatanlarına kabul edilmesi ile ilgili şart konulmuştur. Avrupa Konseyi'ne dâhil olmak isteyen Gürcistan'ın yolu artık Ahıskalıların haklarını yeniden kendilerine iade etmesinden geçecektir. 1999 yılında

gerçekleştirilen Viyana Kongresinde ise Ahıskalıların hakları yeniden AGİT tarafından müzakere konusu olmuştur. Toplantıda Gürcistan karşısında konulan şartlar daha sonraları yerine getirilmemiştir. Buna rağmen Ahıskalıların kendilerini uluslararası kamuoyunda tanıtmasında bu toplantılar büyük destek vermiştir (Faigov, 2017: s. 497).

Ahıskalılar tüm bu görüşmeler ve konferanslar sonucunda kendi ulusal kimliklerini tüm dünyada tanıtmaya başlamıştır. Bu olaylar Ahıskalıların kendi kimliklerini politik açıdan tanıtması istikametinde gerçekleştirmek istedikleri girişimlerdir. Ahıskalı Türkler uluslararası ölçekte yaptıkları çalışmalarla kendilerini bir nebze bile olsa tanıtabilmiştir. Fakat Ahıskalı Türklerin diğer bir sorunu kendi kimliklerini Türkiye kamuoyunda tanıtabilmesidir. Toplumu var eden, toplumun ismini taşıdığı Ahıska'ya geri dönüşle ilgili yeterince çalışmalar yapılmamaktadır. Kırım Türklerinin lideri Mustafa Cemil Kırımoğlu Ahıskalıların geri dönüşü ile ilgili yaptığı çalışmalar hakkında konuşurken bu istikamette gereken adımların atılmadığını vurgulamıştır. "*Ahıskalı elitler bu işe girişmediği sürece Ahıska ismi Ahıskalılarda sadece söz olarak kalacak ve Ahıska'ya dönüşle ilgili ilerleme olmayacak*" demiştir. Bununla birlikte Kırımoğlu Ahıskalıları temsil eden dernek başkanları ve liderlerinin sorunları analiz ederek doğru bir şekilde hedefe götürecek yeterliliğe sahip olmadığını belirtmiştir (Khanzhin, 2004: s. 495-511).

Ahıskalıların toplum kimliklerini oluşturan Ahıska'ya yeniden göç ve kendi kimliklerine sahiplenme konusunda yapılan çalışmalara bazı durumlar engel olmaktadır. Bu engellerden biri Ahıskalıların geri dönüşlerinde Gürcistan'da, Ahıska'da karşılaşacakları zorluklardır. Mevcut kurulu düzenlerinin bozulmasından endişe eden toplum Gürcistan'daki belirsizliğe çekingen davranmaktadır. Ahıskalıların birçoğu halen yaşadıkları ülkelerde kalma, bir kısmı ise ABD'ye veya Türkiye'ye göç etme arzusundadır. Ahıska'ya geri dönüş ve Ahıska'nın kazanılması konusunda yapılan çalışmalara dikkat ettiğimizde net adımların atılması ile ilgili ilginç bulgulara rastlamaktayız. Şöyle ki, 2008-2010 yılları arasındaki Ahıska'ya geri dönüşle ilgili müracaatlardaki rakamlar şaşırtıcı içeriğe sahiptir. Geri dönüş için müracaat edenlerin sayısı dünyadaki Ahıskalı nüfusun % 2'si kadar bile değildir. Ahıska konusunda birtakım korkular aşılmayınca yaşamlarını sürdürdükleri ülkelerde kalarak yerel halklarla entegrasyonu sağlamaya çalışan Ahıskalılar diğer taraftan

asimilasyon riski ile de karşı karşıya kalmaktadır. Bu konuda en çok endişe edilen ülke ise Amerika Birleşik Devletleri'dir (Üren, 2015: s. 253-255).

Ahıskalı Türkler göç yollarında birden fazla toplum yapısıyla, aktörle etkileşimde olmuştur. Farklı kültürlerle tanışmak ve etkileşimde olmak toplum içerisindeki bireylerin etnik sınırlanmalarında ve farklılaşmasında, etnik kimliklerinin belirlenmesinde fikir ayrılığı ortaya çıkarmaktadır. Çünkü bireyler göç ettikleri zaman yerel halkların kültürlerinden istemeyerek bile olsa bazı örnekleri almaktadır. Toplumun kimliğinin araştırılmasında göçlerden dolayı geçmiş deneyimlerini göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Kimliğin hangi şartlar ve durumlarda yeniden deneyimlendiği, nasıl inşa edildiği ve dönüştüğü, farklılaştığı araştırılmalıdır. Geçmişe yönelik kimlik deneyimlerini araştırmak zor olduğundan günümüzdeki kimlik tanımlarını araştırmak daha kolaylık ve netlik sağlayabilmektedir.

Ahıskalı Türklerin toplum kimliklerinin değişimi ile ilgili yapılan araştırmalar daha çok Amerika Birleşik Devletleri'ne yerleşenler üzerine yoğunlaştırılmıştır. Buraya göç eden Ahıskalıların farklı kültürle ilk tanışma deneyimi 1944 Sürgününden sonra olmuştur. Günümüzde Amerika Birleşik Devletleri'nde ikamet eden Ahıskalı Türklerin çoğunluğu Fergana faciasını yaşayan veya Özbekistan'dan göç eden insanlardır. Onlar 1989 Fergana faciasına kadar Özbek kültürü ile tanışmıştır. 1989 yılından itibaren ise Rusya Federasyonu'na göç eden toplum burada Kafkasya'nın farklı yerel toplumları içerisinde yaşamıştır. Buradaki Ruslar ve diğer halkların kültürü ile tanışan Amerikan Ahıskalıları 2004 yılından itibaren ise ABD'ye göç etmiş ve burada asimile olunma endişesi ile yüz yüze kalmıştır. Fakat Amerika'ya yerleşen Ahıskalı Türklerin göç yolları aynı olduğu için buradaki toplumun kimlik kategorisini eskiye bakarak yapmak Türkiye ile kıyasla daha kolaydır. Çünkü Türkiye'ye göç eden Ahıskalıların geldikleri ülkeler ve kültürleri farklı olduğundan, değişik kültürler içerisinde yaşayarak Türkiye'ye geldiğinden kimlik kategorisini oluşturmak daha zordur (Faigov, 2017: s. 497).

Kimliğin karmaşık yaşandığı ve bireylerinin kendilerini nereye ait olduğunu tespit etmekte zorlanan çok az toplum vardır. Bunlardan biri de Ahıskalı Türklerdir. Çünkü TÜBİTAK desteği ile hayata geçirilen "*Psikolojik ve Sosyal Yönleriyle Sürgün: Türkiye'de Yaşayan Ahıskalı Türk Yaşlılarla Bir Çalışma*" (2016, M. Durak) projesinde elde edilen verilerde toplumun kimlik düşünceleri hakkında farklı fikirlere sahip olduğu saptanmıştır. Verileri incelediğimiz zaman toplumun bazı bireylerinin

10’dan fazla yaşam bölgesinde ve 5’den fazla ülkede ikamet ettiği ve buralarda en az bir yıl yaşadığı görülmüştür. Bu da toplum bireylerinin kendilerini sunumunda karışıklık yaşadığını göstermektedir. Orta yaşlı bir Ahıskalı göçlerden dolayı sadece kendisinin Türk ve Müslüman olduğunu bilmektedir. Hangi ülkeye ait olduğu konusunda ise kafası karışmaktadır. (TÜBİTAK- 115R077).

2.2.1. Kimlik İnşasında Basının Kullanımı

Sürgünden sonra Fergana faciasına kadar Ahıskalılar hatırlanmazlar. Faciayı Türk medyası ilginç başlıklarla manşetlere taşımıştır. 1989 yılı Tercüman Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi ve Türkiye Gazetelerinde Faigov tarafından yapılan tez araştırmasında Ahıskalı Türklerin aşağıdaki isimlerle adlandırıldığını görmekteyiz:

- Misket Türkleri,
- Mesket Türkleri,
- Misketler, Mesketler
- Mesketyalılar,
- Kırım Türkleri
- Kafkas Türkleri

Sovyetler dağıldıktan sonra ise Ahıskalıların kimlikleri ile ilgili medyanın da desteği ile araştırmalar yapılmış ve tamamen farklı etnik yapıya sahip oldukları düşünülen Ahıskalıların Türk olduğu saptanmıştır (Faigov, 2015: s. 97).

Basın bir milletin kimliğinin ortaya çıkarılmasında ve sunumunda önemli role sahiptir. Ahıskalı Türkler 1991 yılında Sovyetlerin dağılma sürecinin devam ettiği bir zamanda Moskova’ya giderek Kremlin önünde anavatanlarına geri dönüşle ilgili protesto gösterileri düzenlemiştir. Gösterilerin yapıldığı günlerde Amerika Birleşik Devletleri başkanı Bush Moskova’ya resmi temaslarda bulunmak için gelmiştir. Yüzlerce Ahıskalı Türk meydana toparlanarak sesini Bush’a iletmek ve destek almak için çaba göstermeye çalışır. Fakat Ahıskalılar bu isteğini elde edememiştir. Çünkü Bush Ahıskalıları bir isyancı grup olarak tanımıştı veya ona verilen bilgiler bu yöndeydi. Tüm bu çabalar boşa çıkmış, Ahıskalılar sonraki günlerde meydanı terk ederek evlerine gitmiştir. Bu duruma şahitlik eden Batılı bir yazar kaleme aldığı *“Yurtlarından edilmiş Türkler, vatana dönüş mücadelesi veriyorlar”* başlıklı haberi

ile kendisi de bilmeden Ahıskalılara büyük destek vermiştir (Zeyrek, 2001: s. 84-85). Çünkü bu haber Avrupa'da binlerce kişi tarafından okunmuş ve yapılan haberden sonra Ahıska toplumu hakkında ister Amerika'da, isterse de batı ülkelerinde pozitif fikirler oluşmaya başlamıştır. Ahıskalıların uluslararası kamuoyunda tanınmasında ve mücadelelerinin daha başarılı bir şekilde sürdürülebilmesinde bu tip haberlerin büyük desteği olmuştur.

Sovyetler döneminde basın özgürlüğünden bahsetmek mümkün olmamıştır. Partinin kendisinin gazeteleri, televizyonları, kısacası parti basın organları mevcut olmuştur. Bu dönemde Ahıskalıların diğer toplumlar gibi basını kullanmaları ve yayın organı kurmaları mümkün değildi. Toplum içerisinden çıkan sadece yazarlar ve şairler halkı temsil etmek ve tanıtmak maksadıyla eserlerini bastırabiliyordu. Fakat sansüre takılan eserler yayına girememiştir. Toplumu tanıtmak ve kimliğini yazılı eserlerle ifade ederek daha çok kitleye ulaştırmak bu dönemde çok zor olmuştur. Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra özgürlüğe kavuşan ülkeler kendi basınını oluşturmaya başlamış ve kendi ülkelerindeki azınlıklara da medya konusunda yol açmıştır. Ahıskalılar da bu dönemde basın özgürlüğünden yararlanmaya başlamışlardır.

1991 yılında Ahıskalı Türkler Azerbaycan'da "Vatan Eşki" gazetesi ile ilk basılı yayını başlatır. Artık Sovyetlerin, partinin baskısı yoktu ve kendilerini ifade edebilecek gazete yayınına başlamışlardı. İlk dönemlerde Kiril alfabesi ile basılan gazete sayfaları daha sonra Latin alfabesine geçiş yapmıştı. Gazetedeki yayınlar Ahıska ağzıyla basılmaktaydı. "Vatan" Cemiyeti sivil toplum kuruluşunun yayın organı olarak faaliyet göstererek "Vatan Eşki" gazetesi Ahıskalıları Azerbaycan'da tanıtmaktaydı. Gazete daha sonrasında Rusya Federasyonu'na taşınarak orada yayın yapmıştır. "Ahıska'nın Sesi" gazetesi ise İzmir Ahıska Türkleri Kültür ve Dayanışma Derneği tarafından yayınlanmıştır. 2002 yılında faaliyete başlayan gazete aylık çıkarılmış, Ahıskalıların kültürünü konu alan yazılar yayınlanmıştır. Ahıska gazetesi ise 2000 yılından günümüze kadar Kazakistan'da yayınını sürdüren basın organlarından biridir. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Başkanı Ziyatdin Kassanov'un yayın kurulu başkanlığını yürüttüğü gazete Türkiye Türkçesi, Kazakça ve Rusça yayın yaparak Ahıskalıların kültürünü ve kimliğini tanıtmaktadır. Birçok gazete birkaç yıl yayın yaptıktan sonra faaliyetlerini durdurmuştur. Bunun yanı sıra dergiler de Ahıskalıların tanıtımına büyük destek vermiştir. Örneğin Gazi Üniversitesi Öğretim üyesi Yunus Zeyrek tarafından yayınlanan "Bizim Ahıska" dergisi 2019 yılının

ortalarına kadar süren en uzun süreli dergilerden biri olarak tarihe geçmiştir (Şakirov, 2004: s. 25-26).

Fergana olayları Türk basınında geniş bir şekilde yankı bulduktan sonra Türkiye siyasetinde Ahıskalı topluma karşı tavır değişmiştir. Dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal Ahıskalılar konusuna ciddi yaklaşmıştır.

Basın çalışmaları sonucu uluslararası kamuoyunda Ahıskalı kimliğine karşı ilgi uyanmaya başlamıştır. Türkiye'de de kamuoyu ve siyaset adamları bu dönemde konuya hâkim olmuştur. Türk siyasetçileri de artık Ahıskalıların aslında Türkiye'nin, Türklerin bir parçası olduğunu anlamışlardır. Bu bilinçlenmenin ardından Ahıskalılara yönelik çalışmalar başlatılmıştır. TBMM'de merhum Cumhurbaşkanı Turgut Özal tarafından 1992 yılında Ahıskalıların Türkiye'ye göçü ve iskânına dair kanun çıkartılmıştır. Basının Ahıskalı Türklerin hayatındaki rolünü sonraki olaylar daha açık bir şekilde ortaya koymuştur (Bayramov, 2006: s. 78-79).

2004 yılında Rusya'nın Krosnodar bölgesinden ABD'ye göç eden Ahıskalılara ve 2010 yılında Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'e bağlı Mayevka köyünde ortaya çıkan olaylara ne Türkiye, ne de dünya basınında fazla yer verilmemiştir. Bu nedenle de bu olaylar fazla yankılanmamıştır. 2004 yılından itibaren Ahıskalılar Krosnodar'dan ABD'ye göç etmek zorunda kalmıştır. Kırgızistan'da ise Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları için gönderilen özel uçaklara Ahıskalı Türkler Türk vatandaşı olmadıkları için alınmamıştır. Hâlbuki olayların ortasında kalarak yaralanan ve öldürülen insanlar Ahıskalı Türkler olmuştur.

Tablo 5: Ahıskalı Türklerin kimlik inşası ile ilgili kullandıkları gazete ve dergiler yılları ve sayıları.

Ahıskalı Türklerin Basını Kullanımı ile İlgili İncelenen Dergi ve Gazeteler:

Adı:	**Türü:**	**Yılı:**	**Sayısı:**
Tercüman	Gazete	1989	İncelenen Toplam Sayı: **120**
Cumhuriyet	Gazete	1989	
Hürriyet	Gazete	1989	
Milliyet	Gazete	1989	
Türkiye	Gazete	1989	

Vatan Eşki	Gazete	1991	3
Ahıskanın Sesi	Gazete	2002	1
Bizim Ahıska	Dergi	2002-2006	5
Ahıska	Dergi	2002-2006	10
Ahıskalılar	Dergi	2002-2006	2
Bizim Ahıskalılar	Dergi	2002-2006	2
			Toplam Sayı: **23**
Akşam	Gazete	2010	3
Hürriyet	Gazete	2010	3
Sabah	Gazete	2010	3
Bizim Ahıska	Dergi	2010	1

Tabloda gösterilen yıllar Ahıskalı Türklerin sürgünden sonraki tarihinde ortaya çıkan olayların tarihleri ile bağdaşmaktadır ve incelen tarihler bu dönemleri kapsamaktadır (Faigov, 2015: s.76-152).

2.2.2. STK'ların Ahıska Türklerinin Kimlik İnşasında Rolü

Amerika'da yaşayan Ahıskalı Türkler kendi kimliklerinin unutulmaması ve gelecek nesillerin asimilasyona uğramaması için çeşitli kültürel etkinlikler yapmaktadır. Bunun yanı sıra Ahıskalı Türkler ABD'deki STK'lar vasıtasıyla da kendi kimliklerini korumak için çaba harcamaktadır. Bu STK'lardan biri de Ahıska Türk-Amerikan Dernekleri Konseyi'dir. Konseyin Pensilvanya, Kentucky, Massachusetts, Ohio, Pennsylvania, Kentucky, Missouri, Georgia, Oregon ve New Jersey gibi eyaletlerde temsilcilikleri bulunmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayan Ahıskalılar üzerinde yapılan saha araştırmasında toplumun kimlik tanımında üç eğilimin olduğu görülmüştür. Bunlardan birincisi kararsızlık, ikincisi etkileşimde bulunan gruplara göre değişim ve üçüncüsü toplumsal hafızaya bağlı olarak örgütlenen kimlik tanımlamalarıdır. İlk tanımlamanın esasında bireyin farklı bir kültürde doğması, daha farklı bir kültürde gençlik dönemini yaşaması ve olgunlaşması, orta yaş dönemini ise eski kültürlerle hiçbir bağı olmayan bir toplumun içerisinde geçirmesidir. Aile içerisinde bunun gibi birkaç kişi olduğu

zaman kimlik tanımlamasında kararsızlık oluşmaktadır. *Nerede doğduysan oralısın* yaklaşımı ile yaşayan Amerika'daki Ahıska toplumu bu nedenle kendi kimliklerini tanımlarken zorluk çekmekte ve kimlikleri konusunda kararsız kalmaktadırlar. Eğilimin ikinci basamağındaki toplum ise etkileşimde kalanlardır. Çocukluk dönemini farklı kültür içerisinde geçiren ve yetişkinlik dönemini yine farklı kültürün içerisinde devam ettiren kişiler nerelisin sorusuna cevap verememekte, yaşadığı ülkeleri sayarak acaba nereliyim? Diye karşısındakine soruyu yöneltmektedirler. Eğilimin üçüncü basamağındaki bireyler ise tamamen doğduğu ve yaşadığı ülkeleri reddeden kişilerdir. Kendi kimliğini bu ülkelerin temsil edemeyeceğini, dedelerinin doğduğu toprakları sahiplenen kimliğini o topraklara bağlayan kişilerdir (Durmaz, 2015: s. 198-203).

1980'lerde Özbekistan'da doğan, 1989'da Fergana faciası zamanı Azerbaycan'a mecburen göç ettirilen, 1992 yılında Karabağ savaşının ortasında kalarak Rusya'ya göç eden, 2004 yılında kimlik alamadığı için Amerika'ya göçe zorlanan ve burada evlenerek ailesini kuran bir kişiye *nerelisin?* Sorusunu yöneltmek bu birey için en zor sorudur. Bu göçler zamanı birey sırasıyla kimliğini yeniden inşa etmiştir. Birey geçmişteki deneyimlerinden elde ettiği kültürü yeni ülkesinde devam ettirmektedir. Bazen bu kültür farklılığı kimliğini ifade etmekte bireye zorluk çektirmektedir. Bu zorluğun ortadan kaldırılması için sivil toplum kuruluşlarının verdiği destek göz ardı edilmemelidir (Bayramov, 2006: s. 49-52).

Yeni göç etmiş toplumun yerel halkla kaynaşması ve girişiminin oluşturulmasında STK'lar devlet – halk – kendi toplumu üçgeninde birleştirici rol oynamaktadır. Ahıskalılar tarafından ABD'de oluşturulan STK'lar bu konuda çalışmalarını güzel bir şekilde yürütebilirse Çinliler ve İtalyanlar gibi Ahıskalılar da Amerika'da asimile olmadan yaşamlarını sürdürebilirler. Aksi takdirde asimile olarak maksimum 2.nesil sonrasında kaynaşıp yok olacaklardır.

Günümüzde dünyanın 4300'den fazla bölgesinde ikamet etmekte olan Ahıskalıların kendi problemlerini kendilerinin çözme imkânları yoktur. Bu nedenle Ahıskalıların güçlü bir siyasi desteğe ihtiyacı vardır. Sovyetlerin dağılmasından sonra Türkiye'ye göç eden Ahıskalı Türklerin en büyük destekçisi Türkiye Cumhuriyeti olmuştur ve bu destek günümüzde de devam ettirilmektedir. Ahıskalılar son yıllarda çeşitli STK'lar vasıtasıyla Türkiye'nin desteğini almaktadırlar. Geçmişte kendilerini Osmanlının bir parçası olarak gören bu toplumun günümüzde Türkiye'den destek alması doğaldır. Toplum bu güçten pozitif anlamda yararlanmalı ve birleşerek tek

yumruk olmalıdır. İster Gürcistan'ın Ahıska bölgesinde, isterse de Türkiye'de Ahıskalıların bir araya gelerek toplu bir şekilde yaşamaları kendi ellerindedir. Birlik oluşturamayan toplumlar bulundukları bölgelerde asimile olunarak, yerel halklarla kaynaşarak tarih sayfalarına gömülmüştür. Ahıskalılar da bu örnekten ders niteliğinde yararlanmalı ve tarihe gömülen toplumların izinden gitmemelidir (Üren, 2015: s. 253-255).

Ahıskalıları bulundukları ülkelerde temsil eden, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını karşılayan dernekler hem Türkiye'de, hem de farklı ülkelerde faaliyetlerini sürdürmektedir. Türkiye ve Kazakistan'da en az iki Ahıska Derneği kurulmuştur. Türkiye'de Ahıska Türkleri Kültür ve Dayanışma Derneği sayısının 14 (*Ankara Göçmen Ahıska Türkleri Yardımlaşma Ve Dayanışma Derneği, Bursa Göçmen Ahıska Türkleri Yardımlaşma Ve Dayanışma Derneği, Bursa-Gürsu Göçmen Ahıska Türkleri Yardımlaşma Ve Dayanışma Derneği, Iğdır Uluslararası Ahıska Türkleri Kültür Yardımlaşma Ve Dayanışma Derneği, İstanbul Ahıska Türkleri Eğitim Kültür Ve Sosyal Yardımlaşma Derneği, İstanbul Esenler Ahıska Türkleri Eğitim Kültür Ve Sosyal Yardımlaşma Derneği, İzmir Ahıska Türkleri Kültür Ve Dayanışma Derneği, Denizli Ahıska Türkleri Kültür Ve Dayanışma Derneği, Antalya Ahıska Türkleri Kültür Ve Dayanışma Derneği, Bozüyük Ahıska Türkleri Kültür Ve Dayanışma Derneği, Kocaeli Ahıskalılar Kültür Ve Dayanışma Derneği, Bursa Birleşik Ahıskalı Türkler Derneği, İnegöl Ahıskalılar Kültür Ve Yardımlaşma Derneği, Ahıskalılar Kültür Dayanışma Ve Yardımlaşma Derneği*) olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bunun dışında federasyonlar ve temsilcilikler de mevcuttur. Son yıllar bunların arasına çatı kuruluş olan Dünya Ahıska Türkleri Birliği (DATÜB) de katılmıştır. DATÜB Türkiye'deki diğer STK'lardan farklı olarak dünyanın farklı ülkelerinde de temsilcilikler açmaktadır. Türkiye'deki STK'ların dışında dünyanın farklı ülkelerinde faaliyet gösteren ve Ahıskalıları temsil eden dernekler de mevcuttur. Bunları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

Tablo: 6 Türkiye Dışında Ahıskalı Türklerin Kurdukları Sivil Toplum Kuruluşları

Ahıska STK'larının[3] İsmi:	**Kurulduğu Ülke:**	**Kuruluş Yılı:**

[3] Ahıska Türkleri ile ilgili oluşturulan sivil toplum kuruluşlarının hepsinin misyonu aynıdır. "Dünyanın farklı ülkelerinde yaşmakta olan Ahıskalı Türklerin milli kültürünü geliştirmek, Ahıskalıların Ahıska ile iletişiminin devamlılığını sağlamak, birlik ve beraberliği güçlendirmek" gibi misyonları her

Uluslararası Vatan Cemiyeti	**Azerbaycan /Bakü**	**1964**
Uluslararası Vatan Cemiyeti	**Rusya/ Moskova**	**1990**
Ahıska Osmanlı Türk Kültür Merkezi	**Kırgızistan/ Bişkek**	**1990**
Anadolu Cemiyeti Merkezi	**Ukrayna**	**1991**
Ahıska Türkleri Milli Merkezi	**Kazakistan / Almatı**	**1991**
Ümit Cemiyeti	**Rusya / Krosnodar**	**1994**
Dünya Ahıska Türkleri Birliği (DATÜB)	**Türkiye / Ankara**	**2010**

Bu derneklerin bazıları kapatılsa da birçoğu günümüzde de faaliyetlerini sürdürmekte ve Ahıskalıları dünyanın farklı ülkelerinde temsil etmektedir (Etyemez, 2016: s. 67-68).

Ahıskalı toplum göçlere rağmen hem kendi kimliklerini kaybettirmemeye çalışmış, hem de kendi vatanlarına dönüşleri (Ahıska bölgesi) konusunda ısrarcı olmuşlardır. Haymatlos olarak kayıtlara geçmemek için çaba göstermişlerdir. Haymatlos konusuna gelince dünyada ve Ahıskalılarda bıraktığı izi kısaca şöyle özetleyebiliriz. Haymatlos Türk Dil Kurumu Sözlüğünde Vatansız olarak geçmektedir (https://sozluk.gov.tr/). Almanca *Heimetlos* olan ve Türkçe *Haymatlos* olarak telaffuz edilen Vatansız kelimesi 1950'lerden itibaren Türk literatüründe yaygın olarak kullanılmaktadır. İkinci Dünya Savaşı zamanı Almanya'dan 1000'den fazla bilim adamı Türkiye'ye göç etmek zorunda kalmış, pasaportlarında büyük harflerle *Haymatlos* yazılmıştır. Savaşın öncesinden başlayarak, 1933-1945 yılları arasında Türkiye'ye göç eden mülteci Yahudilerin de pasaportlarında *Haymatlos* yazılmış, bu toplum da *Vatansız* olarak kayıtlara geçmiştir (Arslan, 2014: s. 121-135).

Ahıskalı Türklerin sürgün sonrası dağılma sürecine ve daha sonra bir yere toparlanmaları için verdikleri mücadelelerin tarihine dikkat ettiğimiz zaman, bir kısım Ahıskalının da Rusya Federasyonu'nda Vatansız olarak yaşadığını görebiliriz.

1989 yılında Özbekistan'ın Fergana vilayetinde Ahıskalı Türklerle Özbekler arasında yaşanan çatışma zamanı her iki taraftan insanlar öldürülmüş, evler yakılmıştır. Ahıskalıların birçoğu bu olay sonrası terk ettikleri evlerine geri

kurulan sivil toplum kuruluşu benimsemektedir.

dönememiştir. Ölümden kaçan insanlar evlerindeki belgeleri de çıkaramamış Sovyetlerin batısına doğru kaçışlarını sürdürmüşlerdir. Birçoğunun evi ise ateşe verilmiş ve belgeleri de evlerle birlikte yanmıştır. Olaydan 1 yıl sonra Sovyetler Birliği dağılmaya başlamıştır. Göç ettikleri Rostov, Krosnodar gibi bölgelerde kimliksiz, belgesiz dolaşan Ahıskalı Türkler Rusya Federasyonu'nun kuruluşu zamanı Özbekistan'a dönerek belgelerini elde edememiştir. Rusya Federasyonu'ndaki her bir vatandaş gibi belgelerini ibraz ederek Rusya vatandaşlığını almak mecburiyetinde bırakılmışlardır. Özbekistan'da belgelerini kaybeden Ahıskalılarla ilgili Rusya'daki nüfus kayıt dairelerinde yapılan araştırmalarda bazılarının hiçbir ülkenin vatandaşı olmadıkları teyit edilmiştir. Bu nedenle de Ahıskalı Türklere Vatansız, yani Haymatlos kimliği verilmiştir (Bayraktar, 2013: s. 98-99).

Ahıskalı Türkler sadece Rusya Federasyonu'nda değil, Türkiye'de de 2017 yılına kadar vatansız olarak kaydedilmiştir. Fakat 2017 yılı itibarı ile Göç İdaresi Genel Müdürlüğü'nün kararına esasen Ahıskalı Türklere uzun dönem ikamet izni verilmektedir (https://www.goc.gov.tr/uzun-donem-ikamet-izni). Evraklarını kaybeden kişilerin Ahıskalı olduğunu teyit etmek maksadıyla Valilik himayesinde Göç İdarelerinin oluşturdukları Komisyonlar çalıştırılmaktadır. Farklı zaman aralıkları ile oluşturulan komisyonlar vasıtasıyla evraklarını kaybeden Ahıskalılar Haymatlos (Vatansız) olarak ikamet almaktan kurtulmuştur. Yapılan mülakatlar sonucunda Ahıskalı olduğu tespit edilen kişilere Ahıskalı olarak ikamet izni verilmektedir. Böylece bu kişilerin gelecekte Ahıskalı olarak istisnai vatandaşlık başvuru için de yolları açılmaktadır.

Ahıskalı Türklerin yaşadıkları ülkelerde kendi kimliklerini koruması için güçlü Diasporalara ihtiyacı vardır. Diaspora kavramının dünyada ve Ahıskalılarda kullanımı ile ilgili şunları söylemek mümkündür. Dünya genelindeki göçmen sayısının artışı ve uluslararası hareketlilik Diaspora kavramının kullanımını daha da artırmıştır. Kavram daha kolay şekilde kullanılmakta ve içi de giderek boşalmaktadır. Vaktiyle Ermenilerin ve Yahudilerin dünyaya dağılımını çağrıştıran Diaspora kavramı günümüzde giderek daha geniş boyutta kullanılmaktadır. Şöyle ki, Diaspora kavramı mülteci, göçmen, sürgün topluluğu, yurtdışı topluluğu, etnik topluluk, vatansız (Haymatlos) gibi terimleri de içerisinde bulundurmaktadır. Kavramın bu kadar terimi bir araya toparlaması onun anlamını belirsizleştirmektedir (Yaldız, 2013: s. 289-318).

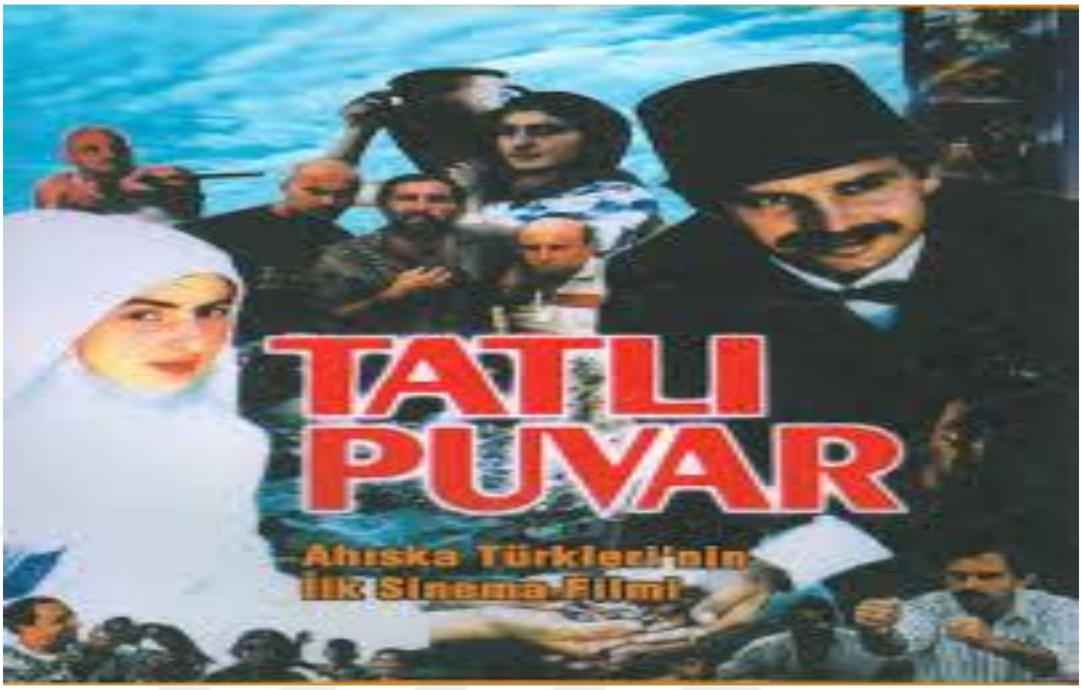
Yukarıdaki paragraftan anlaşıldığı gibi Haymatlos kavramı Diasporanın içerisinde yer almakta ve Diasporanın bir terimi olarak işlev görmektedir. Ahıskalı Türkler ise Diaspora içerisinde hem sürgün topluluğu, göçmen ve yurtdışı topluluk başta olmakla hem de bazı ülkelerde Haymatlosturlar.

Diaspora çalışmaları iki farklı şekilde yürümektedir. İlki 1980'lerden önce olduğu gibi klasik etnografik çalışma biçimi, ikincisi ise modern göçlerden sonra ortaya çıkan ulusaşırılık ve post modernizmle aynı etkileşimi veren modern yaklaşımdır. Genelde Batı tipi demokratik sistemlere sahip ülkelerde Diasporanın çalışma alanı daha geniştir. Diaspora günümüz dünyasında vazgeçilmez sivil toplum öğelerinden biri haline gelmektedir. Diaspora üzerinde köken ülkeler tarafından baskı oluşturulmadığı, kontrol altına alınmak istenmediği sürece faydalı olmaktadır. Kontrol altına alarak klasik çerçevelere hapsetmeye çalışmak Diaspora çatısı altında birleşen topluma zarar verecektir (Ulusoy, 2017: s. 139-160).

Ahıskalı Türkler Diaspora çalışmalarını STK'lar vasıtasıyla farklı ülkelerde yürütmeye çalışmaktadırlar ve bu konuda son yıllarda başarılar elde etmektedirler. Örneğin Kazakistan ve Türkiye'de devletin de desteğini alarak STK'ların gerçekleştirdiği çalışmalar hem diğer ülkelerde yaşayan Ahıskalılara, hem de Türkiye'ye göç etmekte olan Ahıskalı Türklere büyük ölçüde destek vermektedir.

2.2.3. Sinemanın Ahıska Türklerinin Kimlik İnşasına Katkısı

Basın kadar etkili olmasa da sinema toplumun kültürüne, birliğine ve kimliğine etki yapmaktadır. Senaryolar genelde halkın içerisinde yaşanan olaylar üzerinde kurulur ve film vasıtasıyla izleyiciye aktarılır. Ahıskalı Türkler ise sinema deneyimlerini Sovyetlerin dağılmasından sonra yaşadıkları ülkelerde gerçekleştirmiştir. Ahıskalıların kimliğini sergileyen ve kültüründen örnekleri kendisinde taşıyan filmlerden biri de Kazakistan Ahıska Türkleri Derneği'nin desteği ile çekilen *Tatlı Puvar*'dır. Ahıskalıların tarihinde ilk film olan *Tatlı Puvar* daha sonrasında *Borç* ve diğer filmlerin ortaya çıkarılmasında önemli rol oynamıştır. Bu filmler Ahıska'da çekilmese de Ahıskalıların günlük hayatları ve sürgün öncesi Ahıska'da yaşamları ile ilgili kareleri içerisinde bulundurmaktadır. Halkın kültürünü geçmişle günümüz arasında kıyaslamakta ve Ahıskalıların kimliği ile ilgili birçok soruya yanıt vermektedir (Etyemez, 2016: s. 65-65).



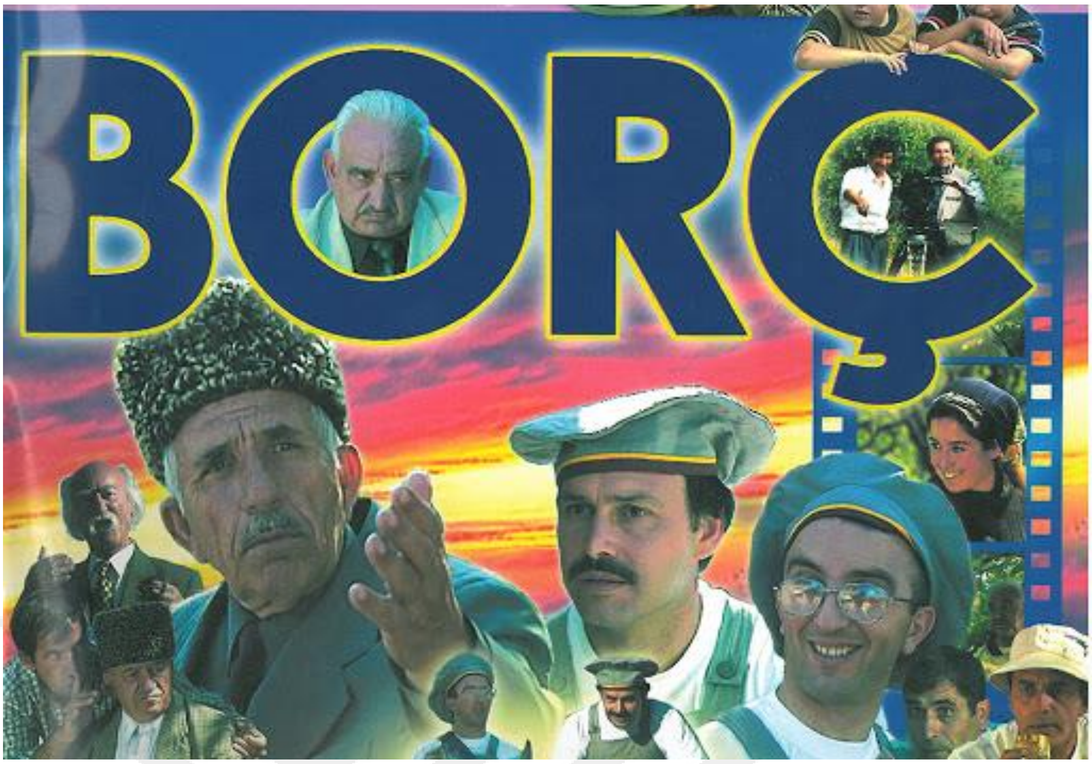
Şekil 2: "Tatlı Puvar" Filmi Afişi

Kaynak: http://ahiskalilar.org/ahiska/2015/01/borc-filmi/

Ahıskalılar kendileri ile ilgili çekilen filmlerde genellikle aktörleri kendilerinden seçerler. Filmde Ahıska ağzıyla konuşma becerisini Ahıskalı olmayan birinin telaffuz edemeyeceği düşünülmektedir. Bu yüzden daha doğal konuşmanın yapılması ve kültürün daha gerçekçi yansıtılabilmesi için Ahıskalı yönetmenler aktörleri Ahıskalılar içerisinden seçmiştir. *Tatlı Puvar*[4] filmi Ahıskalıların unutulan birçok değerini izleyicisine hatırlatmaktadır. Pınar başında filizlenen aşkın yine aynı pınar başında mutluluğa ermesini sergileyen filmde herkes kendi Ahıskalılık kimliğinden örnekleri görebilmektedir. *Borç*[5] filminde de Ahıskalılarda aile yapısından bahsedilmektedir. Burada da köy hayatından kesitler sergilenmekte ve arkadaşlık - aile ilişkilerine yer verilmektedir (Şakirov, 2004: s. 26-27).

Yapımcı: Ziyatdin Kassanov, Senaryo: Mikayil Afrasoğlu, Yönetmen: İbrahim Hibibullaoğlu, Oyuncular: Kamal Karayev, Nuriya Azizova, Şamil Binaliyev, Malik Süleymanov, Yadigâr Cafarova, İlmira Süleymanova, İlham Usmanov, Karim Veysalov, Mahmud Süleymanov, Aladdin Allazov, İbrahim Mazmanov, Vasip Mustafayev ve Afras Süleymanov. Yapım tarihi: 2000.

Yapımcı: Ziyatdin Kassanov, Yönetmen: Mikail Afrasoğlu Oyuncular: Mikail Afrasoğlu ve Rüstem Mürseloğlu,Yapım tarihi: 2002.



Şekil 3: "Borç" Filmi Afişi

Kaynak: http://ahiskalilar.org/ahiska/2015/01/borc-filmi/

Her iki filmin çekimleri Ahıska dışında yapılmıştır. Filmlerde Ahıskalı Türklerin köy gelenekleri, aile yaşamları ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Bu filmlerle birlikte Ahıskalı yönetmenler tarafından ortaya çıkarılan belgeseller de vardır. Tüm bu belgesel ve sinemalarda Ahıskalı Türklerin kimlikleri ile ilgili bilgilere yer verilmektedir. Sinemanın kimliği özetleme ve toplumun yaşam tarzını sergileme özelliği sayesinde diğer toplumlar da sinemada yer alan toplum hakkında bilgi sahibi olmaktadırlar.

Ahıskalıların Sürgününü ve Ahıska'daki yaşamını ele alan filmlerden biri de *Büyük Sürgün Kafkasya*[6] filmidir. Türk diplomat ve yazar Fırat Sunel tarafından kaleme alınan *Salkım Söğütlerin Gölgesinde* romanı esasında yapılan film, 2015 yılında vizyona girmiştir. Film 1944 sürgününe kadar olan süreçte Ahıska'daki yaşamı ve sürgünü ele almaktadır. Diğer filmlerden farklı olarak bu filmin rollerini Ahıskalı

Yönetmen: Mehmet Ada Öztekin, Ümit Gürer Oyuncular: Melis Birkan, Tolga Sarıtaş, Elif Atakan, Nilüfer Açıkalın, Alpay Kemal Atalan, Luran Ahmeti, Ertan Saban, Merve Atılmış, Erman Saban, Mustafa Jasar ve d.

aktörler üstlenmemiştir. Daha önce yapılan filmler gibi *Büyük Sürgün Kafkasya* filminin de çekimleri Ahıska'da yapılmamıştır (Türk, 2014: s. 163-165).

Kimliğin sergilenmesi açısından Ahıskalıların günümüzde sinema filmlerine büyük ihtiyacı vardır. Propaganda aracı olarak kullanılmasının yanı sıra sinema bir toplumun kimliğini dünya kamuoyuna sergileyebilen bir araçtır. Fakat şimdiye kadar Ahıskalı Türkler bu olanaktan yeterince faydalanamamıştır. Çünkü elle sayılacak kadar çok az sayıda filmler yapılmıştır. Gösterime girdiği sahneler de geniş çevreye sahip olmayınca filmler sadece Ahıskalıların bir kısmı tarafından izlenebilmiştir. Filmler uluslararası film festivallerinde de vizyona girmemiştir. Bu konuda Ahıskalıları temsil eden sivil toplum kuruluşları, işadamları ve yönetmenlerin bir araya gelerek ciddi bir şekilde çalışma yapmaları gerekmektedir. Çünkü bir toplumun tanıtımında bazen onlarca politikacının, işadamının yapamayacağı şeyi bir film yapabilir.

Ahıskalı Türklerin günümüze kadar özel bir televizyon kanalı olmamıştır. Yapılan programlar ya farklı devlet ve özel televizyon kanallarında, ya da sosyal medyası vasıtasıyla yayınlanmıştır. Bu nedenle Ahıskalı Türklerin televizyon kanalını kullanarak kendi kültürlerini tanıtımı konusuna araştırmamızda yer verilmemiştir.

Ahıskalı Türklerin İkinci Dünya Savaşı sırasında yaşadıkları olaylar *Kırımlı*[7] filminde yer alan sahnelerle aynıdır. İkinci Dünya Savaşı zamanı Ahıskalı Türkler cephelerde kendi yerlerini alarak Sovyetler Birliği için mücadele vermiştir. Fakat diğer taraftan Ahıskalıların korudukları devlet kendi ailelerini binlerce kilometre uzak topraklara, Orta Asya steplerine sürgün etmiştir. Kırımlı filmini analiz ettiğimiz zaman ilk önce Sovyetler safında Almanlarla savaşan Kırım Türkü gençler esir alındıktan sonra Alman generalleri tarafından aldatılmıştır. Şöyle ki, hükümet içerisinde Kırım'ı kurtarmak için ordu birliği kurulması haberi ile tüm Kırım Tatarlarını bir araya getiren Almanya hükümeti Kırımlıların cephedeki başarılarından yararlanmaya çalışmıştır. Daha sonra aldatıldıklarını anlayan Kırım askerleri Alman generallere karşı çıksa da geç kalmıştır. Kendi cepheleri içerisinde yeniden Almanlarla savaşan Kırımlı ordu birlikleri bu savaşı kaybederek öldürülmüşlerdir. İstedikleri tek şey hangi cephede

---

7 Yönetmen: Burak Cem Arlıel, Oyuncular: Murat Yıldırım, Selma Ergeç, Baki Davrak. Yapım tarihi: 2014

savaşırsa savaşsınlar Kırım'ı yeniden kazanmak ve oraya halkı yeniden yerleştirmek olan Kırımlı savaşçılar bunu başaramamıştır. Ahıskalı Türkler ise Almanları kendilerine düşman bilerek savaştıkları bir zamanda Sovyetlerin kendilerine düşmanlık yaptıklarını evlerine döndükleri zaman sokakları boş gördüklerinde anlamışlardır.

2.2.4. Kültürel Çalışmaların Kimliğin İnşasına Desteği

Ahıskalı Türklerin ister Türkiye'de isterse de dünyanın farklı ülkelerinde gerçekleştirdiği kültürel etkinlikler onların tanıtımına büyük destek vermektedir. Kültürel çalışmalar toplum bireylerinde aidiyet duygusunu güçlendirmektedir. Kendi kültürü ile ilgili yapılan çalışmaları gören toplum üyesinin aidiyet hissi güçlenmektedir. Bu da kişiyi gönüllü bir toplum elçisi yapmaktadır.

Kültürel etkinlikler ve geçmişteki geleneklerin günümüzde de yaşatılması yöntemi ile Ahıskalılar kendi kimliklerini korumaktadırlar. Örneğin, sürgünden 75 yıl geçmesine rağmen halen çocuklara dedelerinin Ahıska'da doğduğu köyün ismi öğretilir. Köylerde toplu olarak yaşayan Ahıskalılar arasında sülaleleri bile unutulmamıştır. Sürgün öncesi Ahıska'daki her köyde ikiden fazla sülale vardı. Günümüzde bile Ahıskalılar arasında nerelisin sorusunun sonunda kimlerdensin sorusu sorulduğu zaman sülale ismi belirtilmesi de talep olunur. Tüm bunlar zamanla kuşaktan kuşağa aktarılarak günümüze kadar getirilmiştir ve halen aktif kimlik belirleyicileri olarak kullanılmaktadır. Ahıskalılarda *kövlüm* veya *kohum* diye hitap edilen akrabalık bağları da mevcuttur. Aynı köyden olan bireyler birbirilerine *kövlüm,* aynı soydan olanlar veya evlilik yoluyla akraba olanlar ise birbirilerine *kohum* diye hitap etmektedir. Bu gelenek şehir veya köyde yaşamalarına bakmaksızın dillerde dolaşmakta, arkadaşlık veya akrabalık konularında kullanılmaktadır. Güçlü bağlara sahip kültürün devam ettirilmesi Ahıskalıların sürgünden önceki topraklarına bağlılığını artırmakta ve kimliklerindeki Ahıskalılığı pekiştirmektedir (Aydıngün vd, 2006: s. 15-17).

Sürgün ve göçler Ahıskalı Türklere vatansızlık ve yurtsuzluk getirmiştir. Vatansızlık ise göç ettikleri bölgelerde onları dışlamaktadır. Örneğin, günümüzde Rusya Federasyonu'nun bazı bölgelerinde ve Fergana faciasından sonra ise Özbekistan'da Ahıskalı Türkler vatansız olarak görülmüş ve dışlanmıştır. Bunun dışında Ahıskalı Türkler göç ettikleri ülkelerdeki yerel halkla kendileri arasında

kültürel farklılık ve mesafe olduğunu teyit etmiştir. Bu kültürel farklılık sadece Türk olmayan topluluklarla alakalı değildir. Göç ettikleri Türk soylu ülkelerde de aynı sorun yaşanmıştır. Örneğin, sürgün edildikleri Orta Asya ülkelerinin her üçü (Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan) Türk soyludur. Fakat Ahıskalıların burada kültürel olarak kaynayıp karışmaları yıllarını almıştır. Ahıskalılar kendi kültürlerine sıkı bağlı bir toplum olarak bu sorunu daha sonraları kolay bir şekilde çöze bilmişlerdi. Yapılan kültürel çalışmalar ve kendilerini tanıtım programları, geleneklerin sunumu ve bunun gibi birçok aktiviteler Ahıskalıların kültürel kimliğini diğer toplumlara sergilemiştir. Dışa açık toplum diğer toplumla daha kısa sürede kaynayıp karışmıştır. Dışa açıklık Ahıskalıların kendi içlerinde kendilerini anlamasına ve kimliklerini güçlendirmesine de destek vermiştir (Saygılı, 2004: s. 144-145). Toplumun kültürel yapısında zamanla değişim ortaya çıkmaktadır. Kültürün değişimine etki eden nedenler arasında mekân ve teknolojik gelişimler, ekonomik durumlar yer almaktadır. Ahıskalı Türklerin kültürlerine etki etki eden nedenler arasında ise daha çok mekân değişikliği ve teknolojik gelişmeler vardır.

Sürgün topraklarında yaşarken Ahıskalı Türklerin geleneklerini sürdürmesini daha da sıkılaştıran ve kültürel kalıptan kopmasına engel olan aile yapıları mevcuttur. Kültürel kimliğin korunmasında en çok etki gösteren kavram ise köyün veya soyun büyüğü olarak görülen aksakallardır. Bu kişiler tarafından geleneklerle ilgili kararlar verilmekte, kültürün devamlılığı sağlanmaktadır. Fakat 1991 yılında Sovyetlerin dağılması ile birlikte kapitalist ülkelerle, demokratik coğrafyalarla tanışan Ahıskalılarda kültürün korunması ve dokunulmazlığın sağlanması konusunda değişimler ortaya çıkmıştır. Göç ettikleri bölgelerde geleneklerin yaşatılması artık kişilerin kendilerince uygulanacak bir durum haline gelmişti. Geleneklerin yaşatılması toplumsal kalıplardan çıkarak bireysel bakış açısı ile ayarlanmaya başlamıştır. Sovyetler sonrası toplumsal kültürün yaşatılması uğrunda çalışmalar yürüten kuruluşlar ve organizasyonlar ortaya çıkmıştır. Ahıskalıların daha önce oluşturamadıkları bu tip birlikler, yani sivil toplum kuruluşları bazı unutulmakta olan gelenekleri yeniden yaşatmaya yönelik çalışmalar yürütmüştür (Topçu, 2018: s. 147-150).

Ahıskalı Türkler uzun yıllar sivil toplum kuruluşlarına karşı negatif bakış açısı sergilemiş, güvenmemiştir. Onların kültürlerini, milli kimliklerini yaşatan bir birlik olarak bakmamıştır. Sivil toplum kuruluşlarına daha çok yardım kuruluşu veya

yaşlıların bir araya geldiği kıraathaneler olarak yaklaşmışlardır. Bu nedenle Türkiye'de ve farklı ülkelerde kurulan sivil toplum kuruluşlarının faaliyet çerçeveleri dar olmuş, daha çok kendi aralarında birlik kurma amacı taşımıştır. Folklor grupları ise televizyon programlarında veya gösterilerde yer almış, Ahıskalı Türklerin folklorunu sergilemiştir. Günümüze gelindiğinde ise Ahıskalı Türklerin hem Türkiye'de, hem de dünyanın farklı ülkelerinde çalışmalarını yürüten sivil toplum kuruluşları eskiye yönelik yapılan hataları görmekte ve toplum kimliğinin, kültürünün tanıtımında yapılması gerekenleri anlamaktadır. Kültürel çalışmalar günümüzde gerçek yaşantımızda yürütüldüğü gibi sosyal medyada da aktif bir şekilde sunulmaktadır. Yeni medyanın topluma ve kuruluşa karşı algı oluşturulmasında verdiği önemli destekten Ahıskalılar da yararlanmaktadır.

Toplumlar veya kuruluşlar yeni medyayı aktif bir şekilde kullanarak diğer toplumlara gerçek hayatta sergileyemediği kültürel varlıklarını yeni medyada sergilemektedir. Yeni medya birey kimliğini ne kadar başarılı bir şekilde yansıtabiliyorsa, toplum kimliğini de bir o kadar yansıtabilmektedir. Olayları anlık iletebilme imkânı sağlaması açısından daha çok tercih edilmekte olan yeni medya araçları, kültürel çalışmaları daha geniş kitlelere ulaştırmaktadır. Kültürel çalışmalar kimliğin inşasında önemli yere sahip olduğu gibi, kültürel çalışmaların da daha etkin bir şekilde yaygınlaştırılmasında ve iletilmesinde yeni medya bir o kadar önemli yere sahiptir (Salman ve Eroğlu, 2017: s. 526-527).

2.3. AHISKA TÜRKLERİ İLE İLGİLİ GENEL TABLO

Tablo: 7 Ahıska Türkleri İle İlgili Genel Tarih, Etnik Köken, Coğrafya ve Kültür Tablosu

Olaylar:	Tarih:	Etnik Köken:	Coğrafya:	Kültür:
	✓ 12. Yüzyıl- Kıpçakların Ahıska'ya Göçü ✓ 1578- Ahıska'nın Osmanlıya Katılması ✓ 1829- Edirne Antlaşması ile	✓ Ahıska, Dede Korkut'ta Ak Kale olarak geçmiştir ✓ Çelebi tarafından Ahıska'nın Ak Şehir olarak kayda geçmiştir	✓ Ahıska Posof'un Kuzeydoğusunda yer almaktadır ✓ Ahıska Ahılkelek – Borjom anayolu	✓ Sürgün öncesi Ahıskalılar tarım ve hayvancılıkla uğraşmıştır ✓ Ahıskalı Türklerde yaylacılık

Ö N E M L İ O L A Y	Ahıska’nın Ruslara Verilmesi ✓ 1877- Ayastefanos Antlaşması ile Ahıska’nın Batum ve Kars’la birlikte Ruslara verilerek onayı ✓ 1921- Ahıska’nın Sovyetlerin sınırları içerisine alınması ✓ 1941- 1944 – Sovyetlerin 2.Dünya Savaşına girmesi ✓ 1944- Ahıskalıların Sürgünü ✓ 1956 – Ahıskalılar üzerinden sıkıyönetimin kaldırılması ✓ 1989- Özbekistan’da Fergana faciasının yaşanması ✓ 1991 – Sovyetler Birliğinin dağılması ✓ 1992- TBMM’de 3835 Sayılı	✓ Ahıska’da Buntürkler ve Kıpçak varlığı ispat edilmiştir ✓ Anadolu’dan Ahıska’ya göçler gerçekleşmiştir ✓ Gürcüler Ahıskalıları Müslümanlaştırılmış Gürcüler olarak tanımaktadır ✓ Ahıskalılar Kuman-Kıpçak ağzını konuşmaktadır ✓ Ahıska’da Türklerle birlikte Kürtler ve Hemşinler de yaşamıştır ✓ Sürgün sonrası bölge Gürcüleştirilmiştir ✓ Ermeniler Ahıskalılar sürgün edildikten sonra bölgeye yerleştirilmiştir ✓ Günümüzde bölge Türklerden temizlenmiştir	üzerinde yerleşmektedir ✓ Ahıska Kafkasya’nın Anadolu’ya açılan kapısıdır ✓ Bölge Gürcüler tarafından Meskhetia ve Cavaheti olarak tanınmaktadır ✓ Ahıska Acar Özerk Cumhuriyetinin doğusunda yerleşmektedir ✓ Ahıska 5 ilçeden oluşmaktadır ✓ Bölgede 220’e yakın köy vardır ✓ Bölge Ermenistan’la sınırda yerleşmektedir ✓ Ahıska’nın yüzölçümü 6413 km2’dir. ✓ Bölge Azerbaycan ve Türkiye arasında Acara ve Borçalı ile birlikte koridor rolünü oynamaktadır ✓ Ahıska Gürcistan’ın Sibirya’sı	geleneği olmuştur ✓ Ahıskalı ağzında bazı Gürcüce ve Rusça kelimeler bulunmaktadır ✓ Ahıskalıların dili Türkçedir ✓ Ahıskalı Türkler Müslümandır ✓ Günümüzde Ahıskalılar Kıpçak, Azerbaycan Türkçesi, Doğu Anadolu ağzındaki kelimelerden yararlanmaktadırlar ✓ Ahıskalı Türkler Rusça ile birlikte yaşadıkları ülkelerin dillerini de iyi bilmektedirler ✓ Sürgün öncesinde Ahıskalılar Kafkas giyim

L **A** **R**	Kanunun çıkarılması ✓ 1992- Ahıskalıların Türkiye'ye göçünün başlaması ✓ 1992- 1994- Karabağ savaşına Ahıskalıların katılması ✓ 1998- Lahey'de Ahıskalıların vatana dönüşünün müzakeresi ✓ 1999- Viyana'da Gürcistan'ın Ahıskalılarını dönüşünü kabulü ve üstlenmesi ✓ 2004- Rusya'nın Krosnodar bölgesinden ABD'ye göçün başlaması ✓ 2010- Kırgızistan, Mayevka'da çatışmaların yaşanması ✓ 2010 – DATÜB'ün kurulması ✓ 2014- Ukrayna – Rusya savaşı ve Ahıskalıların		olarak bilinmektedir ✓ 5 ilçeden çıkarılan Ahıskalılar günümüzde 9 ülkede toplu olarak yaşamaktadır ✓ Ahıskalı Türkler dünyada 4300'den fazla yerleşim yerinde ikamet etmektedir ✓ Dünyadaki Ahıskalıların en çok nüfusu Kazakistan'da dır ✓ Türkiye'de Ahıskalıların büyük nüfusu Bursa'dadır	tarzını kullanmıştır . ✓ Kafkasya'dan kalan baş bağlama kültürü halen devam etmektedir ✓ İslam öncesi halk geleneğindeki ayinler halen devam ettirilmektedir ✓ Ahıskalıların aile yapıları ataerkildir ✓ Yazılmayan aile içi kuralları halen de devam ettirilmektedir ✓ Düğün gelenekleri sürgün öncesi ile aynıdır ✓ 75 yıldır sürgün olmalarına rağmen asimile olmamışlardır ✓ ABD'ye göç eden Ahıskalılard

	Erzincan'a göçü ✓ 2017- Ahıskalı Türkler için istisnai vatandaşlığın tanınması ✓ 2019 – Uzun dönem ikamet izinlerinin süresiz verilmeye başlaması			a asimile endişesi vardır ✓ Ahıskalıların az sayıda masal ve rivayetleri kayda alınarak korunmaktadır ✓ Edebi ve bilimsel kitapların yazılması Sovyetler sonrası hız kazanmıştır

Ahıskalı Türklerin Kimlik İnşası Çalışmaları ile İlgili Genel Tablo

Tablo: 8 Ahıskalı Türklerin Kimlik İnşası Çalışmaları ile İlgili Genel Tablo

Konu Başlığı / Konu İçeriği	**Kimlik İnşasında Basın**	**Kimlik İnşasında STK'lar**	**Kimlik İnşasında Sinema**	**Kimlik İnşasında Kültür**
Ö	✓ Ahıskalılar geleneksel medyada daha fazla haber olmuştur ✓ Günümüze kadar Ahıskalılar en çok basında Fergana faciası ile anılmıştır ✓ Fergana faciasını Türkiye'de	✓ Amerika'da yaşayan Ahıskalı Türkler kimliklerini korumaya çok dikkatle yaklaşmaktadırlar ✓ Ahıskalılar ABD'de Ahıska Türk – Amerikan Dernekler	✓ Ahıskalılar kimliklerini sinema vasıtasıyla yeni medya kadar etkili bir şekilde sergileyebilirler ✓ "Tatlı Puvar" ve "Borç" filmleri ilk Ahıskalı	✓ Kültürel çalışmalar Ahıskalıların aidiyet duygusunu güçlendirmektedir ✓ Kültürel etkinlikler vasıtasıyla gelenekler günümüzde de devam

N **E** **M** **L** **İ** **O** **L** **A** **Y** **L** **A**	birçok gazete anında yayınlamıştır ✓ Fergana faciasını Tercüman, Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Türkiye gazeteleri yayınlamıştır ✓ Ahıskalılar medyada birçok adla isimlendirilmiştir ✓ Türkiye gazeteleri Ahıskalıları Misket, Mesket, Kırım, Kafkas Türkleri, Mesketler, Misketler ve Mesketyalılar olarak tanıtmıştır ✓ Ahıskalılar daha çok Sovyetler sonrası medyada yer almaya başlamıştır ✓ Ahıskalıların vatana geri dönüş mücadelesine basının güçlü desteği olmuştur ✓ Medya Ahıskalıları uluslararası kamuoyunda tanıtmıştır ✓ Ahıskalıların ilk gazetesi 1991 yılında yayınlanmıştır ✓ İlk basılan Ahıskalı	Konseyini kurmuştur ✓ Ahıskalıların yaşadıkları tüm ülkelerde STK'lar kurulmuştur ✓ STK'lar Ahıskalıları bir Ahıska kimliği altında birleştirmektedir ✓ Çeşitli ülkelerde Türkiye devleti Ahıskalı STK'ları desteklemektedir ✓ Türkiye, ABD ve Kazakistan'da 2'den fazla STK kurulmuştur ✓ İlk kurulan Ahıskalı STK Uluslararası Vatan Cemiyetidir ✓ İlk Ahıskalı STK 1964 yılında Bakü'de oluşturulmuştur ✓ Günümüzde dünyanın farklı ülkelerinde 20'den fazla Ahıskalı STK mevcuttur ✓ Bazı STK'ların adı olsa da günümüzde faaliyet göstermemektedirler.	sinema filmleridir ✓ Filmlerin hepsinde Ahıskalı aktörler rol almıştır ✓ Maddi desteğin olmaması yeni filmlerin çekilmesini engellemektedir ✓ Büyük Sürgün Kafkasya filminin yazarı, yönetmen ve oyuncuları Ahıskalı değildir ✓ Film 1944 sürgününü konu almıştır ✓ Film propaganda aracı olarak yapılmıştır ✓ Film Türk diplomat Fırat Sunel'in Salkım Söğütlerin Gölgesinde romanı esasında yapılmıştır ✓ Ahıskalıları konu alan filmler uluslararası film festivallerinde sergilenmemiştir	ettirilmektedir ✓ Ahıskalılarda halen dedelerin köylerine bağlı olarak hemşerilik münasebetleri mevcuttur ✓ Dağınık olmalarına rağmen Ahıskalılarda sülale akrabalığı sıkı bir şekilde devam ettirilmektedir ✓ Akraba yerine kullanılan "kohum" kelimesi bu gün sık kullanılan kelimeler arasında yer almaktadır ✓ Ahıskalı Türklerin sürgün oldukları her üç ülke Türk soyludur ✓ Sürgün olunan her üç ülke Türk soylu olmasına rağmen kültürel farklılıkları vardır ✓ Mekân ve teknoloji kültürel

R	gazetesi 'Vatan Eşki'dir ✓ Ahıskalıların ilk gazetesi Azerbaycan'da basılmıştır ✓ "Bizim Ahıska" dergisi Ahıskalıların en uzun süreli yayın yapan dergisidir ✓ Krosnodar'dan ABD'ye göç ve Mayevka olayları basına fazla yansımamıştır ✓ Türk basını 90'lı yıllardan sonra Mesketler olarak isimlendirdiği Ahıskalılar için Ahıska Türkü kelimesini kullanmıştır ✓ Günümüzde Ahıskalıların yayını devam ettirilen gazetelerinin sayısı 5'i geçmemektedir ✓ Yayını devam eden dergilerin sayısı ise 3'ü geçmemektedir ✓ Ahıskalılar medyanın gücünü gerektiği kadar kullanamamaktadır ✓ Ahıskalılar günümüzde en çok yeni medyayı kullanmaktadır		✓ Filmler genellikle Türkiye dışında yapılmıştır ✓ "Büyük Sürgün Kafkasya" filmi hariç filmlerde rol alan kişiler Ahıskalı Türklerdir ✓ Film aktörlerinin çoğunluğu alanı ile ilgili eğitim almamış ve amatördür ✓ Ahıskalı Türkler filmin gücünü yeterince kullanamamıştır	kimliğin değişimine neden olmuştur ✓ Ahıskalıların aile yapıları sürgün öncesindeki gibi sıkı korunmaktadır ✓ Ahıska kültürünün korunmasında STK'lar önemli yere sahiptir ✓ Kültürel varlıkların sergilenmesinde medyanın büyük rolü vardır ✓ Dünyanın farklı ülkelerinde hayata geçirilen sürgün anım gecelerinin kültürel kimliğin korunmasında önemli yeri vardır

	✓ Ahıskalı Türklerin günümüze kadar TV kanalı olmamıştır ✓ Ahıskalı Türkler kendi kültürlerinin ve kimliğinin tanıtımında genellikle yaşadıkları ülkelerdeki devlet veya özel TV kanallarını kullanmıştır ✓ Ahıskalı Türkler TV yerine daha çok sosyal medyayı kullanarak kendilerini tanıtmaktadırlar.			

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. AHISKA TÜRKLERİNİN YENİ MEDYA KULLANIM OLANAKLARI VE YENİ MEDYADA TEMSİL BİÇİMLERİ

Yeni medya, kuruluş itibariyle geleneksel medyanın yerini almayı hedeflememiştir. Ancak, geleneksel medyanın süregelen topluma etki yollarını genişletmiş, bilgi akışının daha farklı yollardan sağlanmasına zemin oluşturmuştur. Eğitici rolleri mevcut olan sosyal medya ağları sadece eğitim için kullanılmamaktadır. Aynı zamanda toplumun sosyo-kültürel açıdan geliştirilmesinde de etkin olarak kullanılmaktadır. Yeni medya bu yönüyle kullanıldığı zaman topluma daha çok fayda sağlayabilmekte ve aynı zamanda küresel eğitici bir güç haline gelebilme şansı elde etmektedir. Son zamanlar hem Twitter, hem de Facebook üzerinde yapılan yasal düzenlemeler yeni medyanın eğitici güç haline gelmesi istikametinde yol aldığını göstermektedir (Cuevas, Kohle., 2012: s. 358-362).

Sosyal medya, Ahıskalı Türkler için de hem bilgi alma, hem de eğitici rolünü yüklenmektedir. Ahıskalı Türkler, vatandaşlık ve ikametle ilgili bilgileri kurumların resmi internet sayfalarından çok sosyal medya sayfalarından almaktadır. Paylaşımlara dikkat edildiği zaman, sayfa takipçilerinin resmi sayfaya girmediği, bilgileri sosyal medya sayfalarından talep ettiği görülmektedir. Kendi haklarını bilme ve yönetme açısından da Ahıskalı Türkler sosyal medyanın desteğini almaktadırlar.

Sosyal medya artık öyle bir güç haline gelmiştir ki, son zamanlarda birçok alanda sosyal medyanın etkileri konuşulmaktadır. Günlük yaşantımıza dair haberlerde "Sosyal Medya Karıştı", "Sosyal Medya Yıkılıyor" gibi başlıklar sıradanlaşmakta ve anlamını kaybetmektedir. Sosyal medyanın devlet-hükümet bağlamındaki gücü o kadar ileriye taşınmıştır ki, artık yeni medya yoluyla politika yürütüleceği, demokrasinin sağlanacağı fikirlerine inananlar ortaya çıkmaktadır. Sosyal bağlamda yeni medyanın sosyal cemaatler, toplumsal hareketler, kriz yönetimi gibi birçok toplumsal hareketlerin içerisinde yer aldığı görülmektedir. Psikoloji anlamında ise sosyal medyanın bireylerin sosyalleşmesinde ve asosyal bir yaşam biçiminden çıkararak topluma entegre edilmesinde oynadığı rolleri konuşulmaktadır. Türkiye'de sosyal medya kısa sürede geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Sosyal medyanın olumlu veya

olumsuz özellikleri dikkate alınmadan kullanılmaktadır. Olumsuzluklar ortaya çıktığı zaman ise politikacılardan vatandaşa kadar herkes sosyal medyaya sansür, kısıtlama ve kapatma gibi uygulamaların yapılması gerektiğini ifade etmektedirler. (Eraslan ve Eser, 2015, S. 471-473).

Yeni medya, Ahıskalı Türkler tarafından çok katmanlı bir şekilde kullanılmaktadır. Dokuz farklı ülkede yaşıyor olmanın verdiği uzaklığın az da olsa giderilmesi amacıyla, Ahıskalı Türkler tarafından sosyal medyadan etkin bir şekilde yararlanılmaktadır. Yeni medyanın sunduğu yakınlaştırma olgusu sosyal medya kullanıcısına daha kolay bir şekilde ulaşılabilirlik sağlamaktadır. Fakat her toplumda olduğu gibi, Ahıskalı Türkler tarafından da sosyal medya karmaşık bir şekilde kullanılmakta, toplumu temsil eden sosyal medya grupları içeriğinde dinden kültüre kadar her türlü bilgi ve paylaşımı elde etmek mümkündür.

Tezin analiz kısmını oluşturan üçüncü bölümde yapılacak çalışmalarda aşağıda kaydedildiği gibi bir yol izlenecektir:

Ahıskalı Türklerin kimlikleri ile ilgili tezin üçüncü bölümünde yapılacak araştırmada günlük takip edilen sosyal medya sayfalarında *Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu, Politik Bakışın Sunumu, Kültürel Bakışın Sergilenmesi ve Haberleşme Aracı Olarak Kullanım* başlıkları altında inceleme yapılacaktır. Ruhsal, psiko – sosyal, özgüven ve benlik vurguları benimsenmiştir. Yapılacak araştırmada içerik söylem analizi, vaka çalışmaları gömülü teori, fenomenoloji gibi birçok analiz yöntemini kolaylıkla hayata geçirebileceğimiz nitel veri analiz yazılımı olan MAXQDA programından yararlanılacaktır. *Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum* başlıkları ile birlikte alt başlıklardan oluşan kod sistemi kurulacaktır. Yapılan araştırmaya örnek olarak Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında gerçekleştirilen analiz tezin 3.bölümünde detaylı olarak gösterilecektir.

Aynı zamanda, Niedzviecki`nin Dikizleme Kültürü kavramına da tezin içeriğinde yer verilerek, kitle iletişim araçlarını kullanan Ahıskalı Türklerin görünür olmak ve kendilerini ifade etmek amacıyla yaptıkları paylaşımları incelenmiştir. Ahıskalı Türklerin görünür olması ile ilgili olarak yukarıda belirtilen konu başlıkları araştırılmıştır. Geçmişte Ahıskalıların yaşadıkları travmaların onların kimliklerine

yansıması da incelenmiştir. Sayfaların günlük takiplerinde yapılan paylaşımlarda yukarıda belirtilen başlıkların alt başlıkları da araştırılmıştır. Tezin üçüncü bölümünde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa Temsilciliği Facebook, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter, Ahıska Twitter ve Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları İnstagram sayfalarında yapılacak günlük takiplerde araştırılacak başlıklar ve alt başlıklar çerçevesinde MAXQDA programı ile bilgilere ulaşılmıştır.

"Dünya Ahıska Türkleri Birliği" Facebook sayfası

Tez araştırmasında ilk olarak "Dünya Ahıska Türkleri Birliği" Facebook sayfası ele alınacak. Sayfada yapılacak araştırmalar sırası ile aşağıdaki gibidir:

-Cinsiyete göre Ahıskalı Türklerin yeni medya kullanımı,

-Yaşa göre Ahıskalı Türklerin yeni medya kullanım olanakları,

-Ahıskalı Türkleri temsil eden sosyal medya araçlarını en çok kullanan ülkeler,

-Ahıskalı Türkleri temsil eden sosyal medya araçlarını en çok takip eden şehirler ve

- En fazla paylaşımların yapıldığı günler olmakla genel veriler elde edilecektir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının 06 Şubat – 06 Mart 2019 tarihleri arasındaki günlük takip istatistikleri ile ilgili bilgiler oluşturulmuş ve tabloya yansıtılmıştır. Sayfaların günlük takiplerinde alt başlıkları ile birlikte *Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyet Duygusunun Sunumu, Politik Bakışın Sunumu, Kültürel Bakışın Sergilenmesi ve Haberleşme Aracı Olarak Kullanım* konularının paylaşımları araştırılmıştır. Genel günlük paylaşım göstergesi ve konuların sayfa üzerinden günlük dağılım grafiği oluşturulmuştur.

Facebook sayfalarının günlük takipleri ile ilgili çalışma sürecine başlamadan önce Facebook resmi olarak önemli bir karar kabul etmiştir. Şöyle ki, sayfalarda aktif olmayan takipçileri otomatik olarak çıkarmıştır. Böylece birçok takipçi kendisinin de haberi olmadan uzun süredir pasif olarak takipçi olarak kaldığı sayfalardan çıkarılmıştır. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfası ele alınmadan önce yaşanan bu durumla ilgili olarak sayfanın binlerce takipçisi çıkarılmış, sayfadaki aktif takipçiler sabit bir sayıyı oluşturmuştur. Takipçiler konusunda Facebook sayfalarının

sabit olduğu bir dönemde karar verilmiştir. 6 Şubat 2019 tarihi itibariyle araştırmalara başlanmıştır. Bu tarihte Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfası 34 binden fazla takipçiye sahip olmuştur. Sayfa Ahıska Türklerinin en çok paylaşım yaptığı ve en çok takipçisi olan bir sosyal medya sayfasıdır. Verilerinin incelenmesi zamanı Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının aynı zamanda dünyanın farklı ülkelerinde sıklıkla takip edilen ve çok sayıda paylaşımları yorumlanan bir Facebook grubu olduğu tespit edilmiştir. Günlük takipler bir aylık süre zarfı ile sınırlandırılmıştır. Bir aydan fazla bir sürede konuların incelenmesi süreç içerisinde dağınıklık oluşturabilir ve çalışma hedefine negatif etki edebilirdi. Bu sebeple sayfadaki araştırma süreci 30 gün ile sınırlandırılmıştır.

“Dünya Ahıska Türkleri Birliği” Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfası

“Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği” Facebook sayfasının da 6 Şubat – 6 Mart tarihleri arasında 30 günlük süreç içerisindeki günlük paylaşımları takibe alınmıştır. Diğer sayfada olduğu gibi 30 günlük takip süreci içerisinde elde edilen verilerle ilgili tablo oluşturulmuştur. İlk önce sayfada cinsiyete göre takipçi oranı elde edilmiştir. Elde edilen verilerle sayfanın takipçileri olan kadın ve erkeklerin genel oranları oluşturulmuştur. Hem kadın, hem de erkek takipçilerin oran bilgileri oluşturularak grafiklere aktarılmıştır. Daha sonra sayfadaki takipçilerin yaş oranları araştırılmıştır. Sayfanın otomatik olarak böldüğü 13-17, 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 ve 65 yaş üstü olmakla 7 yaş aralıkları içerisinde hangi yaşlar arasında daha fazla takipçi oranı olduğu tespit edilmiştir. Sayfada yapılan bir diğer çalışma ise Ahıskalı Türklerin sayfayı hangi ülkeden ve hangi şehirden daha fazla takip ettiği şeklindedir. Sayfanın en fazla takipçileri olan ülke ve şehirler grafiklere aktarılmıştır. Elde edilen veriler grafikler vasıtasıyla yorumlanmıştır. Daha sonra *Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum* başlıklarının 30 günlük takip süresince hangi günlerde ne kadar paylaşım yapıldığı tespit edilmiştir. Bunun için sayfanın günlük paylaşımları not alınmış ve grafiğe aktarılmıştır. En fazla ve en az paylaşım günlükleri yorumlanmıştır. Sonda ise yukarıda belirtilen başlıkların genel takip süresince kaç kez paylaşımlarda kullanıldığına bakılmıştır. Araştırmadan elde edilen bilgiler grafiğe aktarılarak yorumlanmıştır.

“Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği” Facebook sayfasının takibe alınmasının nedeni, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasından farklı olarak yerel bir sayfa olmasıdır. Resmi olarak Dünya Ahıska Türkleri Birliği gibi bir sivil toplum kuruluşunu temsil etse de, takibi yapıldığı süreçte Bursa’da yaşayan Ahıskalı Türklerden oluşan 971 takipçi kitlesine sahiptir. Standart olarak 30 günlük bir süreç ilk baştan hedef olarak ortaya konulmuştur. Bu nedenle “Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği” Facebook sayfasında da bir aylık süre zarfındaki paylaşımlar takibe alınacaktır.

“Dünya Ahıska Türkleri Birliği” Resmi Twitter Sayfası

İncelenen sosyal medya sayfalarından bir diğeri ise “Dünya Ahıska Türkleri Birliği” Resmi Twitter Sayfasıdır. Sayfada 1 – 30 Nisan 2019 tarihleri arasında yapılan günlük takiplerde elde edilen bilgiler grafikler vasıtasıyla yorumlanacaktır. Facebook sayfaları vasıtasıyla Mart ayı boyunca yapılan paylaşımların araştırılması hedeflendiği gibi, Twitter sayfalarında Nisan ayında yapılan paylaşımlar incelenecektir. Farklı tarihlerde farklı sosyal medya araçları vasıtasıyla yapılan araştırmaların daha detaylı bilginin elde edilmesine olanak sağlayacağı düşünülmektedir. “Dünya Ahıska Türkleri Birliği” Resmi Twitter sayfasının ele alınmasının nedeni, Twitter’de en fazla paylaşım yapan sayfa olması ve resmi Twitter hesabı olmasıdır.

Sayfa araştırmasında ilk önce cinsiyete göre takipçi oranı elde edilmiştir. Elde edilen verilerle sayfanın takipçileri olan kadın ve erkeklerin genel oranları oluşturulmuştur. Hem kadın, hem de erkek takipçilerin oran bilgileri oluşturularak grafiklere aktarılmıştır. Facebook sayfalarında olduğu gibi “Dünya Ahıska Türkleri Birliği” Resmi Twitter sayfasında yaş aralıklarındaki takipçi oranları elde edilememektedir. Twitter’deki yaş aralıkları ile ilgili uygulama Facebook’taki gibi net verilere dayanmadığından “Dünya Ahıska Türkleri Birliği” Resmi Twitter sayfasının takipçilerinin yaş aralıklarına göre oranları grafiklere çevrilmeyecek ve analizi yapılmamıştır. Lakin Ahıskalı Türklerin sayfayı hangi ülkeden ve hangi şehirden daha fazla takip ettiği ile ilgili araştırma yapılmıştır. Sayfanın en fazla takipçileri olan ülke ve şehirler grafiklere aktarılmıştır. Grafikler vasıtasıyla elde edilen veriler yorumlanmıştır.

“Dünya Ahıska Türkleri Birliği” Resmi Twitter sayfasında *Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyet Duygusunun Sunumu, Politik Bakışın*

Sunumu, Kültürel Bakışın Sergilenmesi ve Haberleşme Aracı Olarak Kullanım başlıklarının 30 günlük takip süresince hangi günlerde ne kadar paylaşımı yapıldığı tespit edilmiştir. Bunun için sayfanın günlük paylaşımları not alınarak grafiğe aktarılmıştır. En fazla ve en az paylaşım günlükleri yorumlanmıştır. Sonda ise yukarıda belirtilen başlıkların genel takip süresince kaç kez paylaşımlarda kullanıldığına bakılmıştır. Araştırmadan elde edilen bilgiler grafiğe aktarılarak yorumlanmıştır.

Ahıska Twitter Sayfası

Sosyal medya sayfaları içerisinde üzerinde araştırma yapılacak olan bir diğer sayfa ise Ahıska Twitter sayfasıdır. Bu sayfanın da 1- 30 Nisan 2019 tarihleri arasındaki paylaşımlarının günlük takibi yapılmıştır. Elde edilen veriler grafiklere aktarılarak yorumlanmıştır. Ahıska Twitter sayfasının Nisan ayı boyunca araştırılmasının nedeni ise, bu sayfanın özel olması ve her hangi bir resmi kuruluşa bağlı olmadan serbest paylaşımlarda bulunmasıdır. Bunun dışında diğer Twitter sayfaları ile kıyaslandığı zaman, daha fazla paylaşımlara sahip olmasıdır. Bu sayfada yapılacak olan araştırma diğer resmi sayfalardan farklı olarak gayri-resmi bir sosyal medya grubunun ele alınması olacaktır. İkinci bir neden ise sayfa isminin toplumun ismi ile aynı olmasıdır. Ahıska Twitter sayfası ile ilgili yapılan araştırma zamanı sayfanın yöneticisi ile iletişim sağlanmış, fakat gereken bazı bilgiler verilmediğinden araştırmamızda kullanılamayacaktır. Buna rağmen sayfanın cinsiyete göre takipçi oranı takipçiler listesindeki kişilerin tek tek kontrol edilmesi ile elde edilmiştir. En fazla takipçiye sahip ülkeler ve şehirlerle ilgili bilgiler elde edilemeyeceğinden araştırmamızda kullanılmamıştır. Bunun dışında tez araştırmasında sayfanın cinsiyete göre takipçi oranları belirlenerek, grafiklere eklenmiştir. Kadın ve erkek takipçilerle ilgili grafiklerde yer alan veriler üzerinde tartışma gerçekleştirilmiştir. Sayfanın günlük paylaşımları üzerinde yapılan araştırmadan elde edilen veriler incelenerek, en fazla paylaşımların yapıldığı günler ve nedenleri değerlendirilmiştir. Sonda ise *Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyet Duygusunun Sunumu, Politik Bakışın Sunumu, Kültürel Bakışın Sergilenmesi ve Haberleşme Aracı Olarak Kullanım* başlıklarının araştırması yapılmıştır. Sayfanın 30 günlük takibi döneminde yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde yapılan paylaşımların oranları grafiğe dökülerek yorumlanmıştır.

"DATÜB Gençlik Kolları" Instagram Sayfası

Sayfalarla ilgili yapılan araştırmalarda son olarak “DATÜB Gençlik Kolları” Instagram sayfasının kullanımına yönelik günlük takip yapılmıştır. Sayfanın 1-30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki paylaşımları incelenmiş ve elde edilen bilgiler grafiğe yerleştirilerek yorumlanmıştır. Diğer sayfalarda araştırılan aylar Şubat- Mart – Nisanı kapsamaktadır. “DATÜB Gençlik Kolları” Instagram sayfasının ise Haziran ayı boyunca paylaşımları araştırılmıştır. Fergana Faciası gibi Ahıskalıların tarihinde önemli olan günlerin yaşandığı Haziran ayı incelenerek veriler elde edilmiştir. DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasının incelenmesindeki önemli sebep, hem sayfanın resmi bir kuruluşu temsil etmesi, hem de paylaşımların sıklıkla yapılmasıdır. 1 Hazirandan 30 Hazirana kadar olan bir süreçte sayfa takipçilerinin cinsiyete göre araştırması yapılmış, kadın ve erkek takipçilerin oluşturdukları oranlar grafiklere eklenerek yorumlanmıştır. Daha sonra sayfanın takipçileri arasında yaş oranlarına göre dağılım incelenmiştir. 13-17, 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 ve 65 yaş üstü olmakla 7 yaş aralıkları içerisinde hangi yaşlar arasında daha fazla takipçi oranı olduğu tespit edilecek ve bu bilgiler grafiğe aktarılarak değerlendirmeleri yapılmıştır.

“DATÜB Gençlik Kolları” Instagram sayfası takipçilerinin daha çok hangi ülkelerden ve şehirlerden oldukları araştırılmıştır. Bu konu ile ilgili elde edilen bilgiler de daha sonra grafiğe eklenerek yorumlanacaktır. Sayfanın bir aylık süre boyunca takibinde *Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyet Duygusunun Sunumu, Politik Bakışın Sunumu, Kültürel Bakışın Sergilenmesi ve Haberleşme Aracı Olarak Kullanım* başlıklarının günlük paylaşımlardaki yer alma oranları araştırılmıştır. Hangi günlerde, hangi konunun daha fazla paylaşıldığı ve günlük paylaşım sayısı ile paylaşımın yapıldığı gününün özelliği arasındaki ilişkinin olup olmadığı değerlendirilmiştir. Elde edilen bilgiler grafiğe eklenerek tartışılmıştır.

Sonda ise “DATÜB Gençlik Kolları” Instagram sayfasının bir aylık süre zarfında belli başlıklar ile ilgili yapılan paylaşımların genel değerlendirmesi gerçekleştirilmiştir. Belirtilen başlıkların aylık süreç içerisinde paylaşım oranları elde edilerek grafiğe eklenmiştir. Daha sonra elde edilen veriler üzerinde yorumlar yapılmıştır.

Araştırmanın sonunda sayfaların cinsiyete, yaşa, ülke ve şehirlere, belirtilen konular çerçevesinde yapılan paylaşımlara göre genel grafikleri oluşturulmuştur. Bu veriler ise üçüncü bölümün analiz kısmında tartışılmıştır.

3.1. AHISKALI TÜRKLERİN YENİ MEDYAYI KULLANIM OLANAKLARI. FACEBOOK, TWITTER VE INSTAGRAM'IN AHISKALI TÜRKLER TARAFINDAN KULLANIM BİÇİMLERİ

Sosyal medya web uygulamalarının yeni alanı olmakla birlikte içeriğinde sosyal ağ sitelerini, blogları, podcast ve wikileri bulundurmaktadır. Sosyal medya, insanların çevrimiçi durumunda belli konularla ilgili birbirileriyle iletişim ve etkileşimde olabilecekleri sanal topluluklardır Sosyal medyanın en önemli özelliği bireylerin kendilerini kompleksler olmadan diğerlerine anlatabilmesidir. Bir diğer özelliği ise zengin kullanım etkileşimi oluşturmasıdır. Sosyal medya bireylerin kendi kimliklerini sergileyebileceği önemli mecralardan biridir (Yeniçıktı, 2017: s. 113-114). Yeni medya vasıtasıyla paylaşılan her bir ileti paylaşımcının kimliği hakkında ipucu vermektedir. Kimliklerin toplum tarafından kabul görürlük çerçevesini açık şekilde gösterebilen ve kimliklerini daha güçlü sunabilmek için sanal olarak hata yapma imkânı veren bir alandır. Birey sanal olarak kimliği ile ilgili yaptığı hatayı kısa sürede silerek ortadan kaldırabilmekte ve gerçek hayattan farklı olarak bu hatalar diğer bireylerin belleğinde derin iz bırakmamaktadır.

Ahıskalı Türkler yeni medyanın sunduğu imkânları değerlendirmeye çalışan bir toplumdur. Yaşadıkları ülkelerden ve şehirlerden asılı olmayarak sosyal medya katılımcılık oranları giderek artmaktadır. Sosyal medya Ahıskalı Türklere geleneksel medyadan elde edemedikleri imkânları sunmaktadır. Sosyal medya dünyanın farklı ülkelerine dağınık halde yaşayan Ahıskalı Türklere kendilerini sunmada ve iletişimlerini daha da iyileştirmede sunulan bir değerdir. Gelişen dünyamızda diğer toplumlar gibi Ahıskalı Türkler de yeni medyanın sunduğu imkânları başarılı bir şekilde kullandıkları zaman sosyal ve iletişimsel açıdan gelişmiş bir toplum olma yönünde ilerleyebileceklerdir.

Yapılan araştırmada Ahıskalı Türklerin sosyal medyanın birçok alanını kullandığı görülmüştür. Facebook, Instagram ve Twitter'in daha fazla tercih edilmesi, Whatsapp gibi kapalı olmaması ve daha çok açık medya aracı olması bu sayfaların araştırılmasına olanak sağlamıştır.

Facebook iletişim teknolojilerinin güçlenmesi ile ortaya çıkan sosyal paylaşım ağıdır. Diğer sosyal paylaşım siteleri gibi Facebook da sanal toplum oluşturmaktadır. Facebook'un ilk ortaya çıkış tarihi 2004 yılıdır. Üniversite öğrencileri tarafından sosyal etkileşimi sağlamak için oluşturulan bu sosyal ağ kısa sürede milyonlarca kullanıcısına ulaşmıştır. Mark Zuckenberg tarafından Harvard Üniversitesi'ndeki öğrencilerin kısa bilgi ve resimlerinin olmadığı tespit edildikten sonra oluşturulmuştur ve ilk üye sayısı sadece 450 kişidir. 450 kişinin 22 binden fazla resmi sosyal ağa yüklenmiş ve bu da sosyal ağın gelecekteki hedefinin istikametini belirlemiştir (Yeniçıktı, 2017: s. 155).

Günümüzde sosyal ağlar içerisinde en çok kullanılanı Facebook'tur. Kullanıcılar arasında etkileşimli iletişime destek veren Facebook, kullanıcıya isminin oluşturulması ve kişinin kendi kimliğine uygun bir şekilde profil üretmesi açısından destek vermektedir. Bu özelliği ile Facebook diğer sosyal medya araçlarına benzemektedir. Fakat daha önce de ifade edildiği gibi bazı yeni medya araçlarından hem görsel, hem de metin içeriği anlamında farklılık göstermektedir. Facebook 2012 yılında halka açık bir şirket olarak ilan edilmiştir. Günümüzde medya kapitalizminin önde gelen şirketlerinden biri olma özelliğine sahiptir. Facebook üzerinde en çok tartışılan konulardan biri iç mahremiyeti, yani gizliliği kendisi için açık tutmasıdır. Profil sahipleri birçok kez kendi bilgilerinin gizli tutulmasını talep etse de, Facebook yöneticileri bunun mümkün olmadığını belirtmektedirler. Bu kısıtlamaların kamu zararına olacağını ve kamu araştırmalarını zorlaştıracağını ifade etmektedirler. (Fuchs, 2016: s. 211-216).

Dünyada Facebook'un da yer aldığı sosyal medya araçlarında en fazla zaman geçiren bireylerin ise 18-26 yaş aralığındaki bireyler olduğu saptanmıştır. Yeni medyanın arkadaşlarla zaman geçirme, sohbet etme, bilgi içerikli paylaşımları takip etme gibi başlıklar altında daha çok kullanıldığı bulgusuna varılmıştır (Yeniçıktı, 2017: s. 261-264).

Twitter ilk kez 2006 yılında Jack Dorsey tarafından 2.0 uygulamasının ürünü olarak oluşturulmuştur. 140'a yakın *"Tweet"* adı verilen kısa mesajların yayınlanmasına izin veren bu uygulama mikroblogging aracı olarak da bilinmektedir. Twitter'e üye olan kişi istediği kişiyi takibe alabilir. Sosyal ağa dâhil olduğu zaman sadece takibe aldığı kişilerin paylaşımlarını görebilmektedir. Sms iletişim platformu olarak mesajların daha az maliyetle ve daha hızlı bir şekilde diğer kullanıcılara

gönderme rahatlığı vermektedir. Twitter hem mesaj servisi, hem de AOL Instant Messenger, WordPress veya Blogger gibi blog yayınlama özellikleri olduğu için kısa sürede küresel popülerliğini kazanmıştır. Twitter'in Türkçe kullanımı ise 25 Nisan 2011 tarihinden başlamıştır (Yeniçıktı, 2017, S. 175-177). Birçok olayda gazeteciler ve eylemcilerin bildirimi ana kaynak olarak kullanılmaktadır. Eylemciler ve blogcuların en aktif geri bildirimciler olduğu da bilinmektedir. Twitter dünyanın farklı bölgelerindeki olayları anında duyurma gücüne sahiptir. Sosyal medya ağları arasındaki bu etkileşim bilgilerin kısa sürede yayılmasını sağlamaktadır (Fuchs, 2016: s. 247-249).

Twitter sosyal ağ olarak bir dağıtım sistemi rolünü oynamaktadır. Her ay milyarlarca linki sitelere gönderir. Herhangi bir olay yaşandığı zaman ilk olarak bu sosyal ağda paylaşımı yapılır. Twitter kullanıcıları muhabir gibi elde ettikleri haberleri paylaşırlar. Öte yandan Twitter bir pazarlama biçimidir. Bazı firmalar kuponlarını dağıtmak için bu sosyal ağı kullanmaktadırlar. Twitter geleneksel medyadan faklı bir çeşitliliğe sahiptir. Eşit şartlara sahip otorite kavramlarını değiştiren bir zemini oluşturmaktadır. Devrimlere sebep olmasa da, onların hızlı bir şekilde yayılmasına neden olur.

Sosyal medyanın kullanımı ile ilgili yapılan araştırmalar sonucu farklı bilgiler ortaya çıkmıştır. Şöyle ki, sosyal medya kullanıcılarının %47,5'i zaman geçirmek için, % 45,9'u haber ve bilgi elde etmek için, % 40,4'ü ise fotoğraf veya video gibi görsel içeriklere erişmek için sosyal medyayı kullandıklarını belirtmişlerdir. Gündelik hayattan uzaklaşmak için sosyal medyayı kullandığını belirtenlerin sayı %28,8, eğlence amacıyla kullandıklarını ifade edenlerin sayısı ise %25,5 olmuştur. % 0,1 orandaki katılımcı ise sosyal medyayı müzik dinlemek için kullandığını belirtmiştir. Sosyal medyanın kullanımı farklı cinsiyetler arasında farklılıklar sergilemektedir (Yeniçıktı, 2017: s. 218-219).

Sosyal medyanın küresel olarak yayılması Tanzanya'da ortaya çıkan gülme krizi hastalığı ile aynıdır. Şöyle ki, 1962 yılında Tanzanya'da bir misyoner kız okulunda çıkan gülme krizi kısa sürede ülkenin birçok yerini kapsamış ve bu nedenle birçok okul kapatılmak zorunda kalmıştı. Sosyal medyanın olmadığı o dönemde gülme krizine histeri olarak yaklaşılmış ve hastalığa bulaşıcı delilik ismi verilmişti. Aynı durumu sosyal medyanın küresel yaygınlaşması ile de kıyaslayabiliriz. Sosyal medya ağları bulaşıcı hastalık gibi durmadan dünyadaki insanları kendi çemberine almaktadır.

Bireyler kendi iç kimliklerini korumaya çalışsalar da özelini giderek daraltmaktadırlar. Fakat kamusal alanları genişletseler de bu alan giderek monotonlaşmaktadır. Kısacası bireyler toplumsalda monotonlaşmaya başlamıştır (Nicholas ve diğ., 2012: s. 46-47).

Ahıskalı Türklerin Facebook, Twitter ve Instagram sayfalarını kullanımı ile ilgili yapılan analizlerde birkaç önemli hususa dikkat edilmiştir. Bunlardan biri de ele alınacak sayfanın güncel paylaşımlar yapıp yapmaması, takipçi sayısı ve kurumsal veya serbest yönetildiği ile ilgilidir. Her bir sayfanın kendisi ile ilgili kısa bilgi verildikten sonra sayfaların günlük takip inceleme sonuçları tez araştırmasına dâhil edilecektir.

Ahıskalı Türkler yeni medya araçları içerisinde sadece Facebook, Twitter ve Instagram kullanmamaktadırlar. Ahıskalılar, kendi yaşadıkları ülkelerde kullanılan yeni medya araçlarını da iletişim aracı olarak kullanabilmektedirler. İMO, Odnoklassniki gibi. Yapılan araştırmada Ahıskalıların Facebook, Twitter ve Instagram'ı nasıl kullandıkları, hangi amaçlar için yararlandıkları ile ilgili bilgiler elde edilerek tezin sonuç kısmına detaylı bir şekilde eklenmiştir.

Instagram'ın kullanımına ilişkin bilgileri aktarırken içeriklerin iki hisseden oluştuğunu ifade etmek gerekmektedir. Birincisi görsel, ikincisi ise metinseldir. Bu iki temel bileşenle içerik oluşturularak paylaşılmıştır. Görsel bileşen tag (etiket) ve lokasyon almaktadır, metinsel içerik ise görselin altında yer alan unsurdur. Metinsel içerik görsel içeriği açıklamak için de kullanılmaktadır (Yeniçıktı, 2016: s. 92-115). Instagram genellikle Instabloggerler (İnsanlara daha hızlı bir şekilde ulaşmak için blog içeriğini değiştirerek Instagram'a taşıyan kişiler) tarafından ürün yerleştirmek için kullanılmaktadır. İnsanlar ise daha rahat bir şekilde profilin korunması, görselin gizlenmesi ve daha fazla reklam içeriğine sahip olması açısından Instagram'ı kullanmaktadırlar.

Tez araştırmasında bireyler tarafından oluşturulan kimlikler konusuna değinirken, artık kimliklerin değişken olduğu vurgulanmıştır. Kimlikler giderek reklam karakterli olmakta ve daha çok görünür olma isteğinde bulunmaktadır. İnsanların giderek hızlı bir şekilde Instagram kullanıcısı olmasının nedeni de, kendi kimliklerini daha rahat bir şekilde görünür kılma olanağına sahip olmaları nedeniyledir.

Çalışmada içerik analizini gerçekleştirmek için kullanılan MAXQDA programından yararlanılmıştır. Daha önce TÜBİTAK projesinde de kullanılan

programın söylem analizini rahat bir şekilde gerçekleştirmeye imkân verdiği tespit edilmiş ve hazır olan programın içeriği yeniden düzenlenerek tez araştırmasının bu kısmında da yararlanılmıştır.

3.1.1. "Dünya Ahıska Türkleri Birliği" Facebook Sayfasının Kullanımı



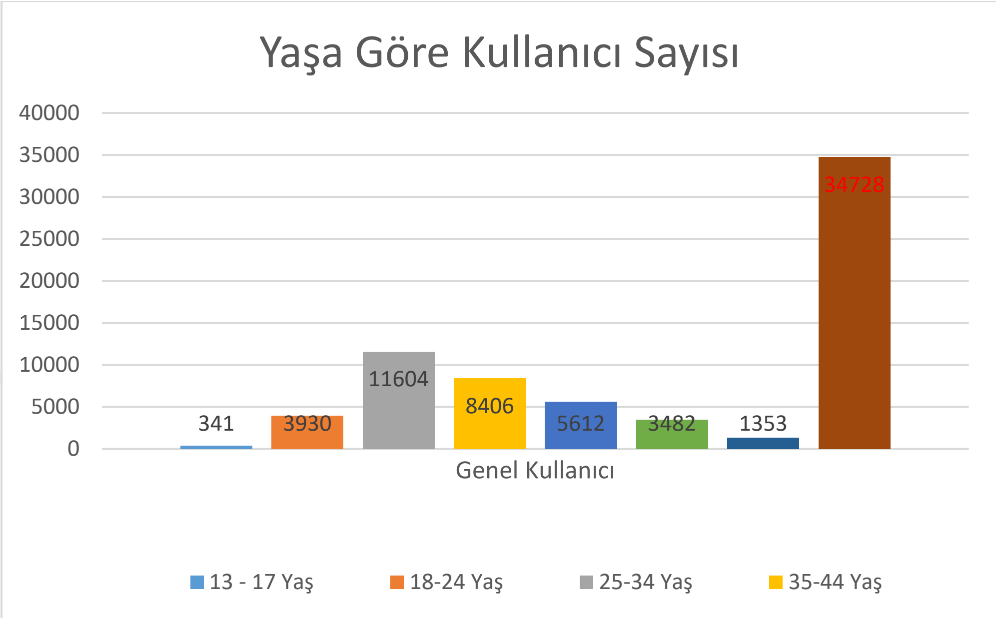
Şekil 4: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfasının Ana Sayfa Görünümü

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfası Ahıskalı Türklerin en fazla takipçi sayısına sahip oldukları sosyal medya sayfalarından biridir. Sayfa takibe alındığı dönemde 34728 takipçisi olduğu tespit edilmiştir. Facebook'un gerçek takipçiler konusunda attığı adımdan (fake hesapların silinmesi veya aktif olmayan takipçilerin sayfa takibinden çıkarılması) sonra 50 bine yaklaşan sayfa takipçi sayısı 35 binin altına düşmüştür. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfasının kullanımı ile ilgili detaylı bilgiler aşağıdaki paragraflarda verilecektir.

Sayfanın Genel Verileri:

Cinsiyete Göre Ahıskalı Türklerin Yeni Medya Kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında yapılan araştırma içeriğinde sayfanın belirli yaş grupları tarafından takip oranı incelenmiştir. Takipçilerin gösterilen yaş grupları arasındaki paylaşımına dikkat ettiğimiz zaman aşağıdaki grafikte oluşan tabloyu görebiliriz:



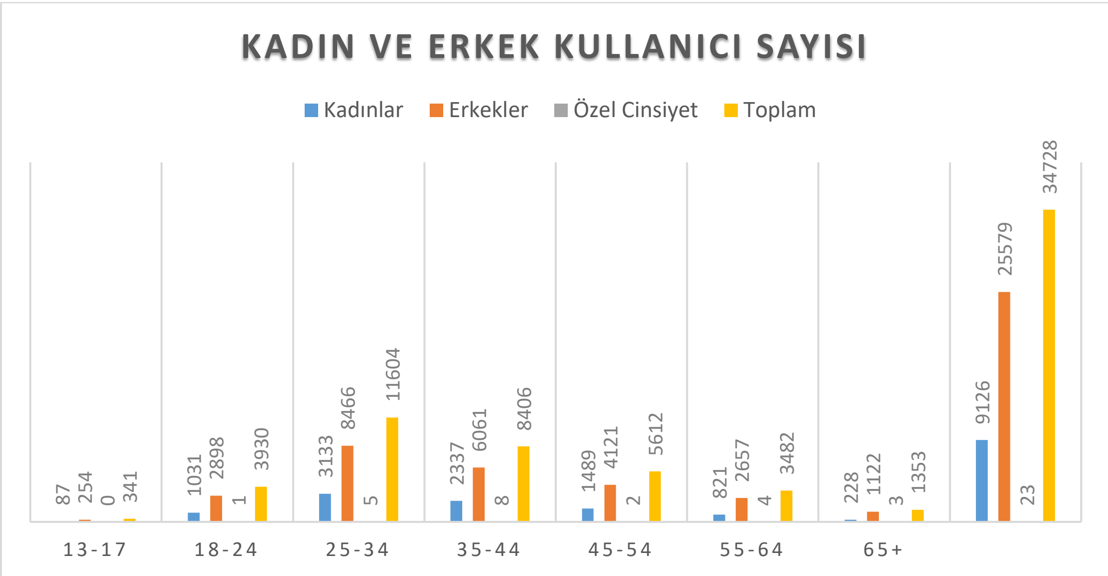
Şekil 5: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının takipçileri arasında belirli yaş gruplarında genel takipçilere oranla göstericileri (sayı ile).

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının toplamda 34728 olan takipçi sayısına dikkat ettiğimiz zaman kadın ve erkek takipçilerin her ikisinde 25-34 yaş aralığındaki sayfa kullanıcılarının en fazla izleyici kitlesini oluşturduğunu görmekteyiz. Tüm sayfa takipçileri ile kıyaslandığında bu yaş aralığındaki kişilerin sayısının 11604 olduğu görülmektedir. Bu da sayfanın genel takipçi sayısının ortalama 1/3'ni oluşturmaktadır. En fazla takipçi sayısına sahip olan ikinci bir yaş grubu ise 35-44 yaş arasıdır. Bu yaş grubu içerisindeki takipçi sayısı 8406'dır. Üçüncü en fazla takipçi sayısına sahip yaş aralığı ise 5612 takipçi ile 45-54 yaş aralığıdır. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının en az takipçi sayısına sahip olan yaş aralığı ise 13-17'dir. Bu yaş aralığındaki takipçi sayısı toplamda 341'dir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında yukarıda gösterilen sayıların dışında özel cinsiyet takipçileri de mevcuttur. Resmi sayfalar, kurum ve kuruluşların Facebook sayfaları cinsiyet kısmında kadın veya erkek cinsiyeti göstermediğinden bu kriterdeki izleyici sayısı özel cinsiyet olarak kayda geçmektedir. Bu sayı toplam sayfa izleyicileri içerisinde çok düşük bir orana sahiptir ve yüzdelik olarak erkek ve kadın

cinsiyet oranlarını etkilememektedir. Bu nedenle özel cinsiyet kategorisi cinsiyet incelemesi içerisine dâhil edilmemiştir.

“Dünya Ahıska Türkleri Birliği” Facebook grubu üzerinde cinsiyet dağılımına göre yapılan araştırma zamanı sayfa kullanıcılarından % 26,2’nin kadın olduğu tespit edilmiştir. Erkeklerin ise genel takipçilerin %73,66’nı oluşturduğu görülmektedir. Araştırma yapıldığı dönemde sayfanın toplamda 34728 takipçisi olduğu saptanmıştır. Sayfadaki kadın ve erkek takipçilerin genel takipçi üzerindeki dağılımı aşağıdaki grafikteki gibi olmuştur:

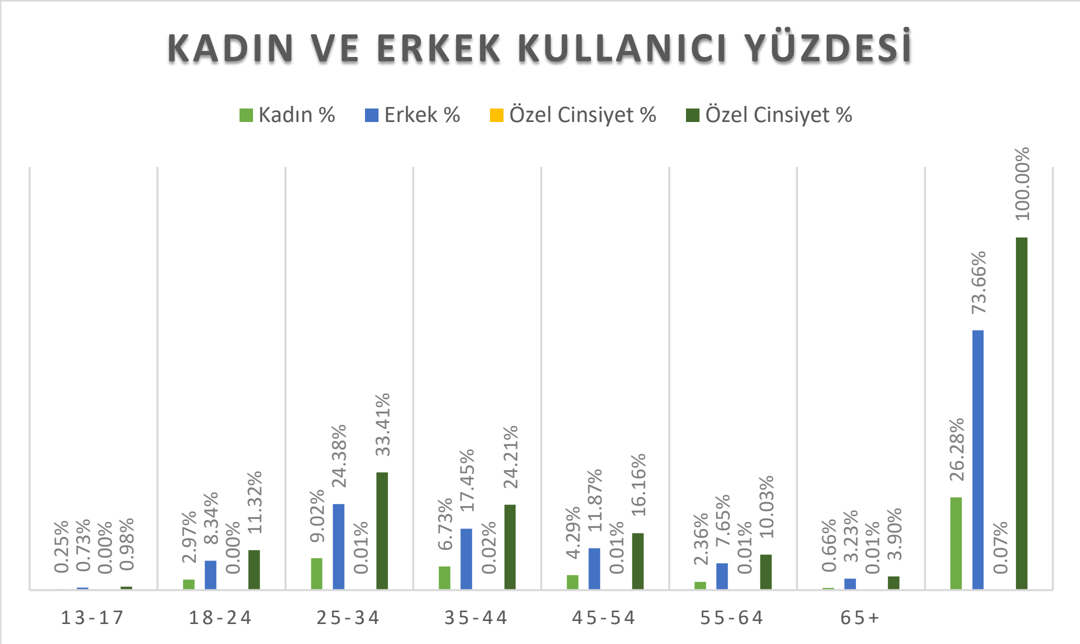


Şekil 6: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının kadın ve erkek takipçilerinin belirli yaş gruplarında genel takipçilere oranla göstericileri (Sayı ile).

Grafikten görüldüğü gibi, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının kadın takipçileri arasında en fazla kullanıcı sayısı 25-34 yaş aralığındadır. Toplamda 9126 olan kadın takipçilerinin 3133’nün bu yaş aralığında olduğu saptanmaktadır. Bu yaş aralığındaki kullanıcılar toplam kadın takipçilerin 1/3’e denk geldiği tespit edilmektedir. En az izleyici sayısı ise 13-17 yaş aralığındaki kadınlardadır. Araştırmada bu yaş aralığındaki takipçilerin 87 kişi olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının 34728 takipçisi arasında erkek takipçilerin sayısı grafikte de görüldüğü gibi 25579’dur. Erkek takipçiler içerisinde ise en fazla izleyici kitlesinin 25-34 yaş arasındaki kişiler olduğu tespit edilmiştir. 25-34 yaş grubundaki izleyici sayısı 8466’dır. En az takipçi sayısı ise 13-17 yaş arasındadır. Bu yaş arasındaki izleyici sayısı 254 olarak gösterilmektedir.

Sayfadaki kadın ve erkek takipçilerinin yüzdelik oranla göstergesi ise aşağıdaki grafikteki gibidir:

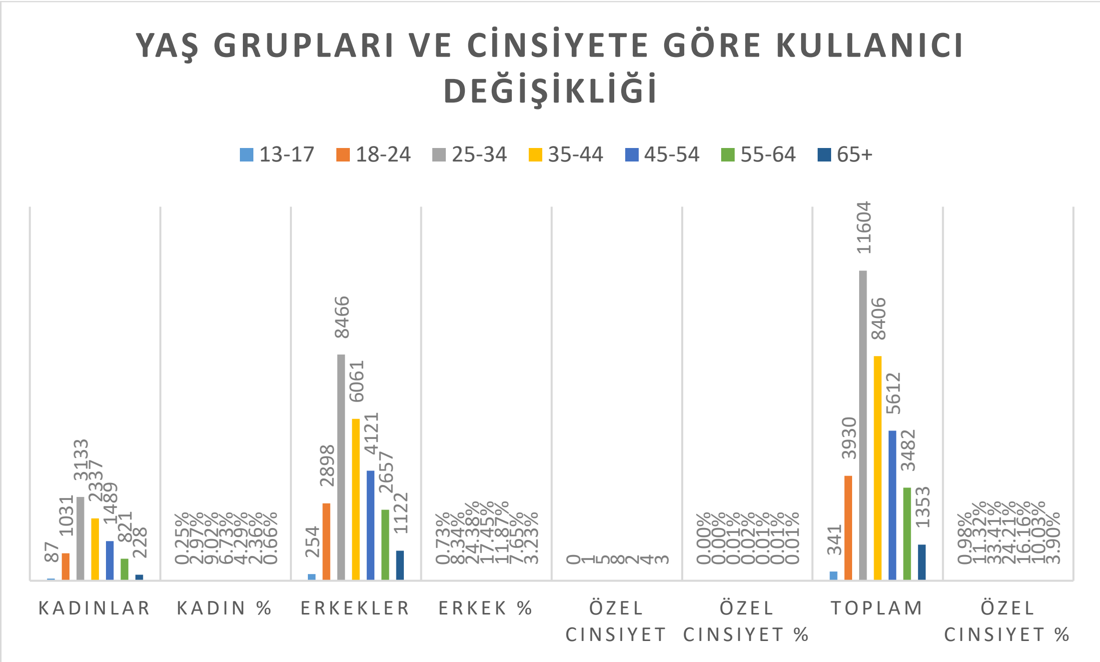


Şekil 7: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının kadın ve erkek takipçilerinin belirli yaş gruplarında genel takipçilere oranla göstericileri (yüzde ile).

Grafikten görüldüğü gibi Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının takipçileri içerisinde kadınların oluşturduğu oran %26,28'dir. Toplam 34728 kişi içerisinde 9126 olan bu sayı kadınların sayfa içerisindeki izleyicilerin ortalama 1/3'ni oluşturduğunu göstermektedir. Sayfa içerisinde kadınların en çok takip ortalamasına sahip olduğu 25-34 yaş aralığındaki kişiler, genel sayfa takipçilerinin %9,02'ni kapsamaktadır. En az takipçi oranına sahip olan 13-17 yaş aralığındaki kişiler ise genel takipçilerin %0,25'ni oluşturmaktadır.

Yapılan araştırmalar zamanı Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının takipçileri arasında erkeklerin genel takipçilerin %73,66'nı oluşturduğu ortaya çıkarılmıştır. Grafikten görüldüğü gibi Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının erkek takipçilerinin oranı tüm grubun izleyici oranın %73,66'nı oluşturmaktadır. En fazla takipçi yaş aralığına sahip olan 25-34 yaş aralığındaki kişilerin oranı ise genel takipçi yüzdesinin %24,38'ne tekabül etmektedir. En az takipçi yüzdesi olan yaş grubu ise kadın takipçilerde olduğu gibi 13-17 yaş aralığındadır. Bu yaş aralığındaki takipçi yüzdesi %0,73'tür.

Yaş grupları ve cinsiyete göre yapılan araştırmanın sonuçları aşağıdaki grafikteki gibidir:

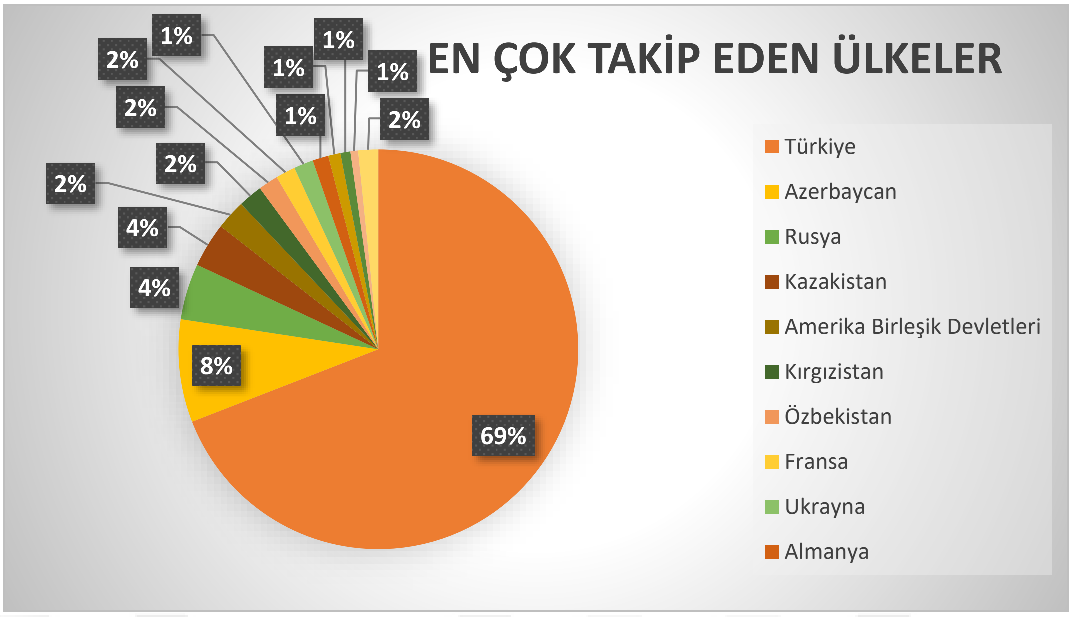


Şekil 8: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfasının Yaş Grupları Ve Cinsiyete Göre Genel Analiz Tablosu

Grafikten görüldüğü gibi Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının takipçileri arasında kadın kullanıcılar 9126 sayıyla genel takipçilerin %26,28'ni, erkekler 25579 sayı ile %73,66'nı ve özel cinsiyet ise 23 sayı ile %0.06-0.07 ortalamayı oluşturmaktadır.

Ahıskalı Türkleri Temsil Eden Sosyal Medya Araçlarını En Çok Kullanan Ülkeler:

Araştırmamızın bu kısmında Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfası takipçilerinin hangi ülkelerde daha fazla olduğu ile ilgili bilgiler ortaya konulacaktır. Aşağıda gösterilen grafikte en fazla takipçisi olan ülkeler sergilenmektedir:

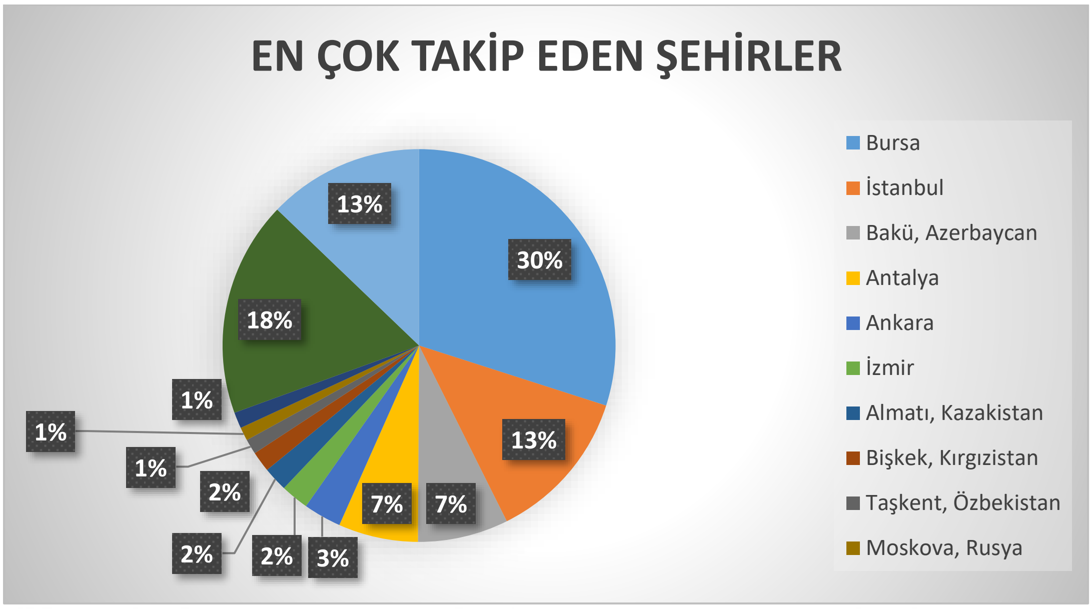


Şekil 9: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfasının Ülke Takipçilerine Göre Analizi

Grafikten görüldüğü gibi Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının en fazla takipçiye sahip olduğu ülke Türkiye'dir. Toplam 34728 olan sayfa takipçilerinin 23995'i Türkiye'den olan kullanıcılardır. Bu sayı yüzdelik olarak %69,09'a tekabül etmektedir. Türkiye'den olan sayfa takipçi sayısı diğer ülkelerle kıyaslandığı zaman genel takipçi sayısının 2/3'ni oluşturmaktadır. Bu sıralamada ikinci yeri 2888 sayı ve % 8,32 oranı ile Azerbaycan takip etmektedir. Üçüncü sırada ise yeri Rusya Federasyonu 1573 sayı ve %4,53 ile tutmaktadır. Grafikte yer alan sıralamaya esasen Belçika 214 sayı ve %0.62 ile sonuncu yeri tutmaktadır. Bazı ülkelerin yüzdelik oranı %1'in altında olduğundan tabloya eklenmemiştir. Takipçi sayısı düşük ülkelerin diğer kategorisine yerleştirilmektedir ve bu ülkelerin toplam göstergesi ise 564 sayı ile %1,62'dir.

Ahıskalı Türkleri Temsil Eden Sosyal Medya Araçlarını En Çok Takip Eden Şehirler:

Araştırma zamanı Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasını en çok takip eden şehirler sıralaması incelenmektedir. Sayfayı en fazla takip eden şehirler sıralaması aşağıdaki grafikteki gibidir:



Şekil 10: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfasının Şehir Takipçilerine Göre Analizi

Grafikten görüldüğü gibi, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının en fazla takipçilerinin bulunduğu şehirlerin ilk sırasında 10400 sayı ile Bursa durmaktadır. Yüzdelik olarak ifade edecek olursak, Bursa'daki izleyiciler toplam sayfa takipçilerinin %29,95'ni oluşturmaktadır. Diğer grafikte de belirtildiği gibi, Türkiye 23995 sayı ile ülkeler arasında birinci yerde durmaktadır. Bursa 10400 sayı ile Türkiye'deki tüm takipçilerin ortalama 1/3'ni oluşturmaktadır. Bursa'dan sonra ikinci sırada 4406 sayı ve %12,69 oranı ile İstanbul, 2590 sayı ve %7,46 oranı ile Azerbaycan'ın başkenti Bakü üçüncü sırada yerleşmektedir. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasını takip eden şehirlerarasında ilk 10'luğa dikkat ettiğimiz zaman Türkiye'den Bursa, İstanbul, Antalya, Ankara, İzmir'in olduğunu görebiliriz. Bu sıralama aynı zamanda Ahıskalıların en fazla Türkiye'de hangi şehirlerde yaşadıklarını gösteren bir tabloyu yansıtmaktadır. Türkiye dışında ise, Azerbaycan'ın başkenti Bakü, Kazakistan'ın büyük şehirlerinden olan Almatı, Kırgızistan'ın başkenti Bişkek, Özbekistan'ın başkenti Taşkent ve Rusya Federasyonu'nun başkenti Moskova'yı görebiliriz. Bu da aynı zamanda Türkiye dışındaki hangi ülkelerde Ahıskalıların daha fazla aktif ve sosyal medya kullanıcısı olduğunu sergilemektedir. Sıralamada sonuncu yeri Türkiye'den Kocaeli tutmaktadır. Burada Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasını takip eden kişilerin sayı 461 olmakla, %1,33 oranı kapsamaktadır. Bunun dışında sayfanın takipçileri arasında %1'den daha düşük oranda takipçisi olan şehirler vardır. Grafikte yer almasa da, bu takipçilerin sayısı toplamda

6156 kişi olmakla %17,73'lük oranı göstermektedir. Bazı takipçiler ise Facebook profillerini oluştururken şehir belirtmemiştir. Bu tür takipçi kitlesi ise grafikte *şehir belirtmemiş* olarak kayda alınmıştır. Şehri belirtmemiş kişiler toplam sayfa takipçilerinin %12,83'nü 4457 sayı ile oluşturmaktadır.

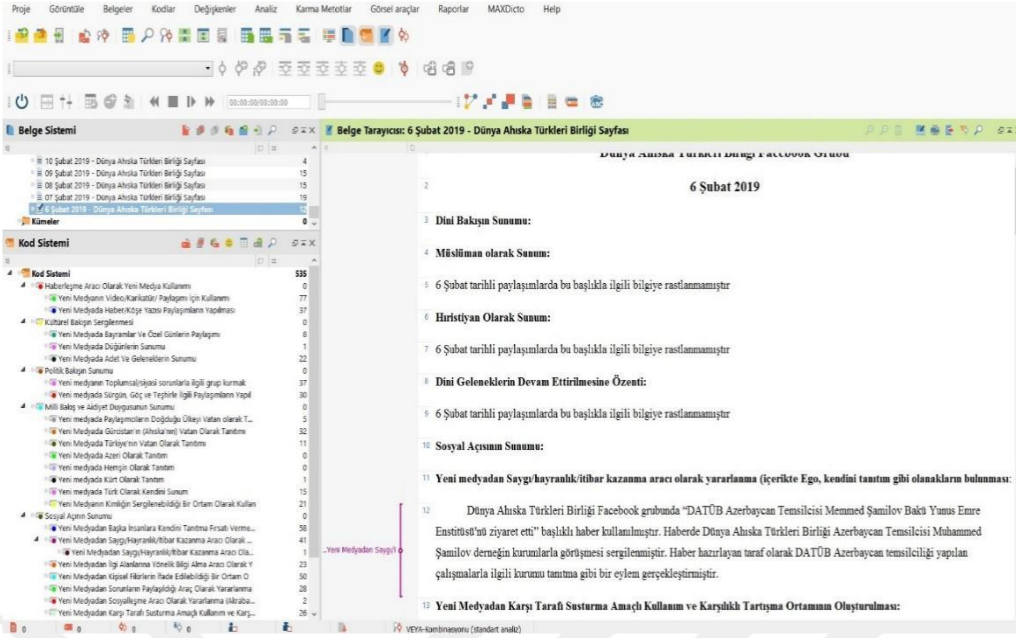
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının 06 Şubat – 06 Mart 2019 tarihleri arasındaki günlük paylaşım sayısı:



Şekil 11: Günlük Paylaşım Göstergesinin Maxqda Analizine Yansıması

Şekilde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında yapılan paylaşımların Maxqda programı ile analizinin sonuçları sergilenmiştir. 5 ana başlık ve alt başlıklar çerçevesinde yapılan paylaşımların genel göstergeleri kod sisteminin karşısında dörtgenler olarak işaretlenmiştir. Günlük paylaşımlarda yüksek frekans sergileyen başlıklar daha büyük dörtgenler olarak gösterilmiştir.

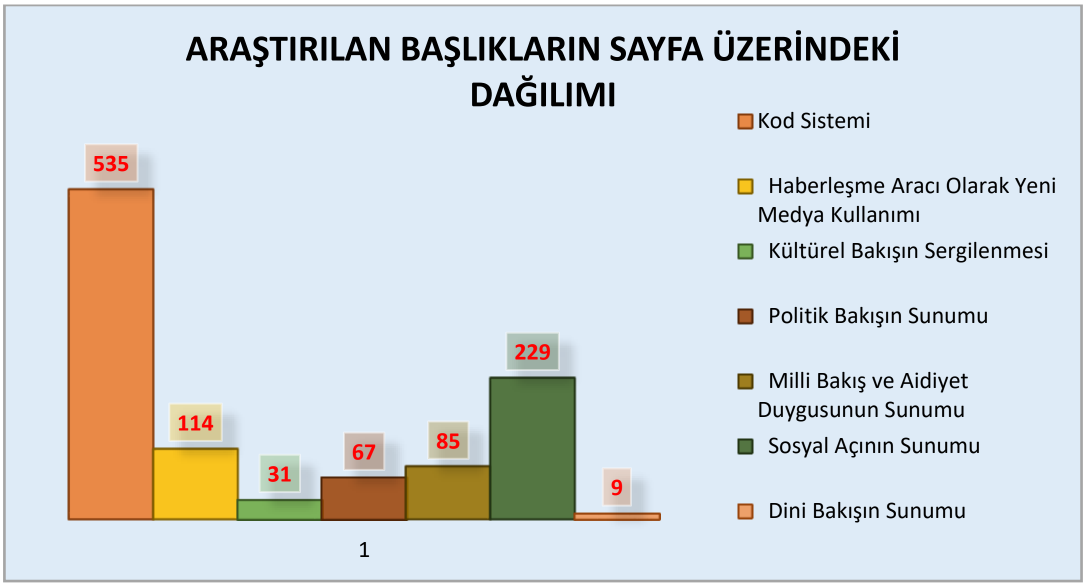
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının 06 Şubat – 06 Mart 2019 tarihleri arasındaki günlük paylaşımları araştırılmıştır. Belirlenen başlıklar altında genel günlük paylaşım göstergesi ve konuların sayfa üzerinden günlük dağılımı aşağıdaki grafikteki gibidir. İlk önce belirtilen başlıklar altında sayfada paylaşılan haberlerin sayısına dikkat edelim:



Şekil Şekil 12: Maxqda Programında Gerçekleştirilen Analiz Örneği

Resimde, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfası üzerinde 5 başlık çerçevesinde gerçekleştirilen araştırma gösterilmiştir. Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının sayfadaki kullanımı konusunda Maxqda analiz programında yapılan araştırma zamanı öncelik olarak kod sistemi oluşturulmuştur. 6 Şubat itibariyle günlük yapılan paylaşım başlıkları incelenmiştir. Sol kısımda yer alan kodlama bölgesine incelenen beş ana başlık ve alt başlıklar yerleştirilmiş, sağ kısımdaki günlük paylaşım başlıkları alınarak sol kısım kodlara yerleştirilmiştir.

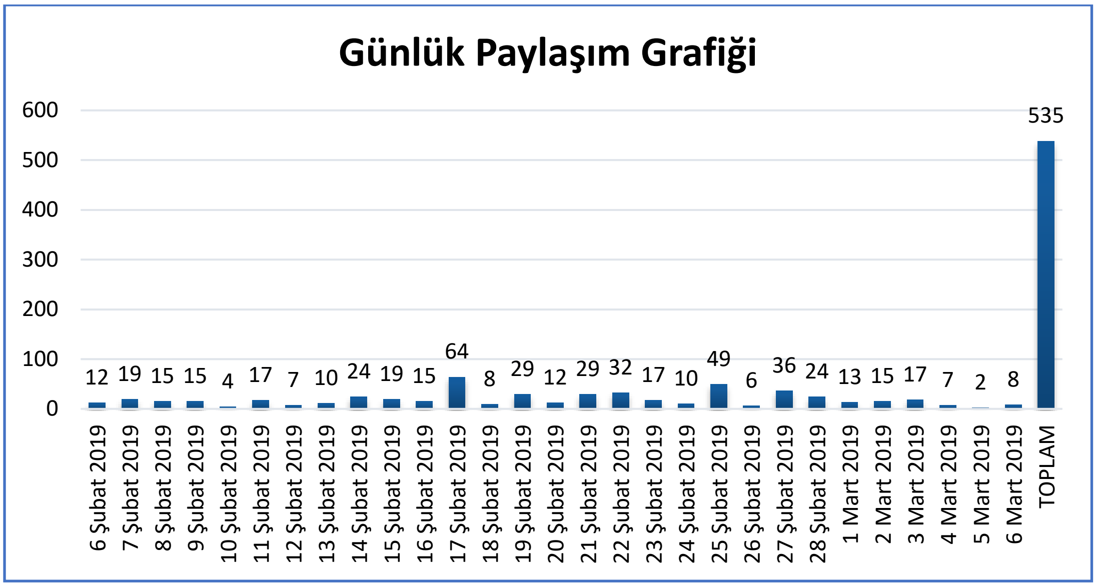
Yapılan paylaşımlar 5 ana başlık ve bu ana başlıklara bağlı alt başlıklar olmakla incelenmiş, elde edilen veriler aşağıdaki tabloya eklenmiştir:



Şekil 13: DATÜB Facebook Sayfasında Araştırılan Başlıkların Kullanılma Oranları

Grafikten görüldüğü gibi, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında belirtilen beş başlık çerçevesinde araştırma yapılmıştır. Maxqda programının desteği ile gerçekleştirilen analizin sonuçlarına esasen toplamda 535 kodlamanın oluşturulduğu görülmektedir. Araştırılan başlıklar içerisinden en çok paylaşımın Sosyal Açının Sunumu başlığı çerçevesinde gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. İkinci en fazla paylaşım yapılan başlık ise Haberleşme Aracı Olarak Yeni Medyanın Kullanımı başlığıdır. Bu başlık çerçevesinde 114 paylaşım yapıldığı görülmektedir. İncelenen beş başlık içerisinde en az paylaşım yapılan başlığın ise Dini Bakışın Sunumu ile ilgili olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu başlık altında toplamda bir aylık süre içerisinde 9 paylaşımın olduğu tespit edilmiştir. Grafikten görüldüğü gibi, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfası kullanıcılarının çoğunluğunun sayfayı genelde kendi kimliklerini sunum ve haberleşme aracı olarak kullandıkları ortaya çıkarılmıştır.

06 Şubat – 06 Mart 2019 tarihleri arasında Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında belirlenen başlıklar çerçevesinde yapılan araştırmada günlük paylaşım göstergeleri aşağıdaki grafikteki gibi olmuştur:



Şekil 14: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfasının 06 Şubat – 06 Mart 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Paylaşım Sayısı

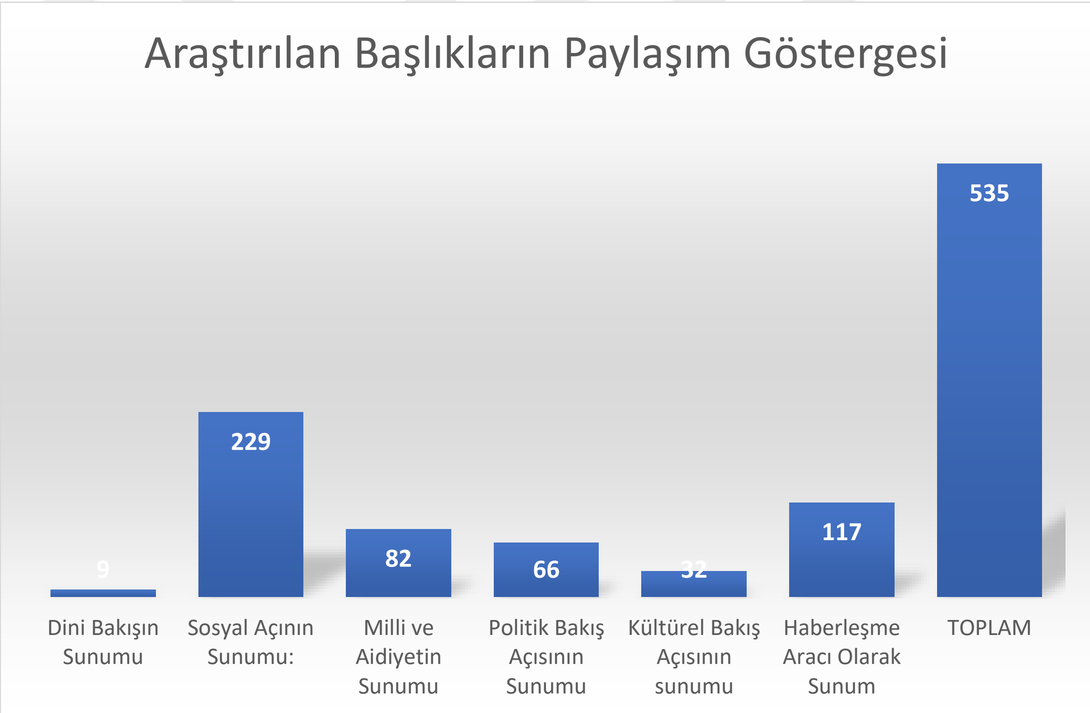
Grafikteki bilgilere esasen araştırmanın başladığı ilk gün olan 6 Şubat 2019 tarihinde belirtilen başlıklar çerçevesinde 12 paylaşım yapılmıştır. Toplamda 1 aylık süreç içerisinde 535 paylaşıma rastlanmaktadır. Bunlar içerisinde en fazla paylaşım yapılan günler olarak 17 Şubat tarihi 64 paylaşımla ilk sırada yerleşmektedir. İkinci sırada 49 paylaşımla 25 Şubat tarihi yer almaktadır. En fazla yapılan paylaşımlar listesinde üçüncü yeri ise 36 paylaşımla 27 Şubat 2019 tarihi yer almaktadır. Yapılan araştırma zamanı 30 günlük iletiler tek tek araştırılmış ve yukarıda belirtilen başlıklar incelemeye tabi tutulmuştur. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında en az paylaşım yapılan gün ise 5 Mart 2019 tarihi olmuştur. Bu tarihte yukarıda belirtilen başlıklar altında toplamda 2 kez paylaşıma rastlanmaktadır.

Dünyanın 9 ülkesinde toplu olarak yaşayan Ahıskalılar kendi gelenekleri ile birlikte, yaşadıkları ülkelerin de önemli günlerini, kültürel etkinliklerini kutlamaktadırlar. Şubat ayına dikkat ettiğimiz zaman önemli birkaç günün olduğunu ve bunun araştırılan sayfaya etki yaptığını görmekteyiz. 14 Şubat *Sevgililer Günü,* 23 Şubat Sovyet ordusunun (23 Şubat 1918 - Sovyet ordusu ve Donanmasının kuruluş günü) kurulma günü olarak eski Sovyetler coğrafyasında bu gün de *Erkekler Günü* olarak kutlanmaktadır. Bu günlerle birlikte, 26 Şubat Hocalı Katliamının (26 Şubat 1992- Karabağ’da Ermenilerin Azerbaycan’ın Hocalı kasabasına saldırı ve katliam günü) yıldönümü olarak anılmaktadır. Bu 3 önemli olay Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasındaki paylaşımlara etki etmektedir. Bu olaylardan birkaç gün önce

başlayan aktif paylaşımlar, olaylardan sonraki günlerde de devam etmektedir. Grafiğe dikkat ettiğimiz zaman 14 Şubattan iki gün sonra 64 paylaşımla pik yapıldığı, 23 Şubat sonrası 49 paylaşımla yine yüksek paylaşımın kayda geçtiğini, 26 Şubattan bir gün sonra ise 36 paylaşımla yine Şubat ayının en yüksek haber paylaşım değerlerini görmek mümkündür.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfası takipçilerinin dünyanın farklı ülkelerde yaşadığını dikkate alırsak böyle bir neticeyi beklemek mümkündür. Lakin bu gösterge yerel sosyal medya sayfalarında gözlenemeyebilir.

Yukarıda belirtildiği gibi, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıkları incelenmiştir. Elde edilen aşağıdaki grafikte gösterilmektedir:



Şekil 15: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfasında Araştırılan Başlıkların Genel Paylaşım Grafiği

Bir önceki grafikte belirtildiği gibi, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında yapılan araştırma zamanı 6 Şubat - 6 Mart 2019 tarihleri arasında toplamda 535 paylaşım yapıldığı görülmektedir. En fazla paylaşım Sosyal Açının Sunumu başlığında yapılmıştır. Bu başlık altında 229 paylaşımın yapıldığı görülmektedir. İkinci sırada ise 117 paylaşımla Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı yer almaktadır. En

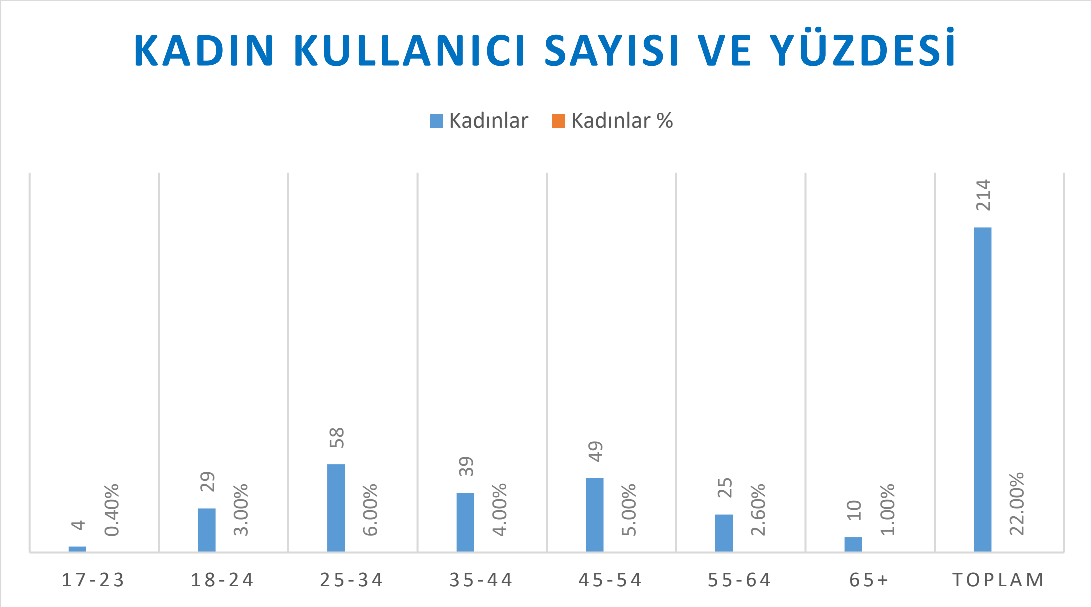
az paylaşım ise Dini Bakışı Sunumu başlığı ile ilgilidir. Bu başlık altında toplam 9 paylaşıma rastlanmaktadır.

3.1.2. "Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği" Facebook Sayfasının Kullanımı



Şekil 16: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği Facebook Sayfasının Ana Sayfa Görünümü

Tezin bu kısmında Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfası üzerinde yapılan araştırmanın verileri değerlendirilmiştir. Sayfada cinsiyet dağılımına göre yapılan araştırma zamanı takipçilerin %22'nin kadın olduğu tespit edilmiştir. Araştırma yapılan 06 Şubat – 06 Mart 2019 tarihleri arasında sayfanın toplamda 971 takipçisi olduğu tespit edilmiştir. Sayfadaki kadın takipçilerin genel izleyici üzerindeki dağılımı aşağıdaki grafikteki gibidir:

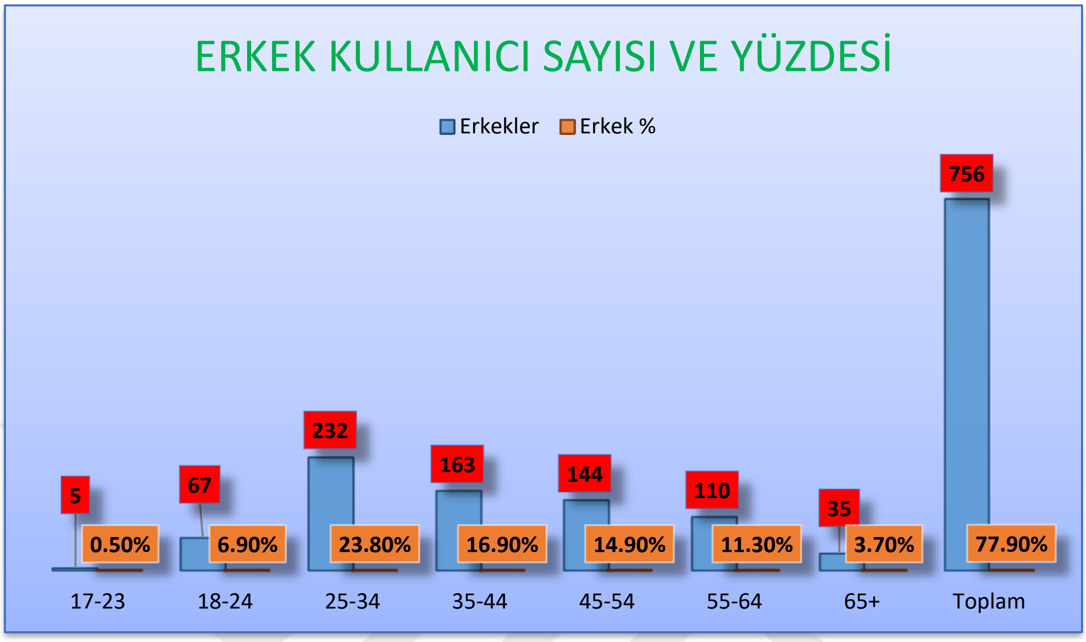


Şekil 17: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği Facebook Sayfasının Kadın Takipçilerinin Belirli Yaş Gruplarında Genel Takipçilere Oranla Göstericileri (Sayı Ve Yüzde İle)

Grafikten görüldüğü gibi, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının kadın takipçilerinin toplam sayısı 214'tür. Sayfa üzerinde yapılan araştırma zamanı 25-34 yaş aralığındaki takipçilerin en fazla kullanıcı oranına sahip olduğu tespit edilmiştir. 58 kişinin bu yaş aralığında sayfa takipçisi olduğu ortaya çıkarılmıştır. Daha önce analizi yapılan Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında da en fazla takipçi sayısı 25-34 yaş aralığında kullanıcılarda tespit edilmiştir. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının kadınlar arasında diğer en fazla takipçisi olan yaş aralığı ise 45-54'tür. Bu yaş aralığında 49 kişi sayfayı takip etmektedir. Toplam kadın takipçisi 214 olan sayfanın, en az takipçisi olan yaş aralığı ise 17-23'tür. Bu yaş aralığında toplamda 4 kadın takipçi vardır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının kadın takipçilerinin yaş aralıklarında yüzdelik oranına dikkat ettiğimiz zaman grafikte de görüldüğü gibi 25-34 yaş aralığında en fazla takipçinin olduğunu görmek mümkündür. Bu yaş aralığındaki takipçiler toplamda 971 olan genel sayfa kullanıcılarının %6'nı oluşturmaktadır. İkinci en yüksek yaş aralığı olan 45-54 yaş aralığındaki sayfa kullanıcıları ise genel kadın takipçilerin %5'ni oluşturmaktadır. En az takipçi sayısına sahip olan 17-23 yaş aralığındaki sayfa kullanıcıları ise genel takipçilerin %0,40'na sahiptir. Cinsiyete göre yaklaşıldığı zaman, sayfadaki kadın kullanıcıların genel takipçilerin %22'ni oluşturduğunu görmekteyiz.

Sayfada cinsiyete göre yapılan araştırma zamanı erkek takipçilerin genel sayfa kullanıcılarının % 77,9'nu oluşturduğu tespit edilmiştir. Erkek takipçilerle ilgili sayıları aşağıdaki grafikte detaylı bir şekilde görebiliriz:



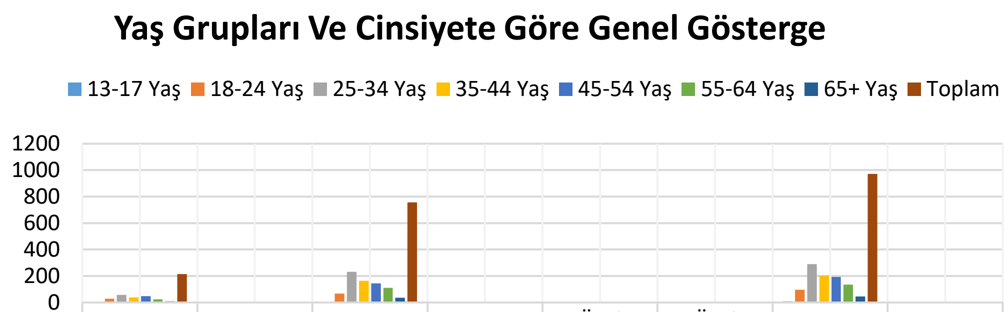
Şekil 18: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği Facebook Sayfasının Erkek Takipçilerinin Belirli Yaş Gruplarında Genel Takipçilere Oranla Göstericileri (Sayı Ve Yüzde İle).

Yapılan araştırma zamanı Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının 06 Şubat – 06 Mart 2019 tarihleri arasında kullanıcı sayısı 971 olmuştur. Bunlardan Erkek takipçi sayısı ise 756'dır. İnceleme zamanı en fazla erkek takipçisi olan yaş aralığının 25-34 olduğu tespit edilmiştir. Bu yaş aralığında 232 takipçi olduğu ortaya çıkarılmıştır. Sayfanın ikinci en fazla erkek takipçisi olan yaş aralığı ise 35-44'tür. Bu yaş aralığında takipçi sayısının 163 olduğu saptanmaktadır. En az sayfa takipçisi olan yaş aralığı ise 17-23'tür. Bu yaş aralığında toplamda 5 takipçi olduğu tespit edilmiştir. Genel kadın takipçilerle kıyasladığımız zaman, ikinci en çok kadın takipçi sayısı 45-54 yaş aralığında olmuştur. Erkeklerde ise ikinci en fazla takipçi sayısı ise 35-44'tür. Bu gösterge Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının erkek takipçileri ile aynıdır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfası ile ilgili yapılan inceleme zamanı erkek kullanıcıların sayfadaki tüm takipçilerin %77,9'nu oluşturduğu tespit edilmiştir. 25-34 yaş aralığındaki kişilerin daha fazla takipçi

yüzdesini oluşturduğunu yukarıdaki tabloda açıklamıştık. Bu yaş aralığındaki erkekler toplam erkek takipçilerin %23,8'ni oluşturmaktadır. İkinci sırada yer alan 35-44 yaş aralığındaki erkekler ise %16,90 orana sahiptir. En az takipçisi olan 17-23 yaş aralığındaki erkekler ise genel erkek takipçi sayısının %0,50'ni kapsamaktadır. Bu göstericiler Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfası ile aynı orana sahiptir. Sayfadaki erkek kullanıcıların %77,90 oranı sayı ile 756'a denk gelmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında olduğu gibi, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasında da erkekler ve kadın cinsiyetleri haricinde, cinsiyet göstermeyen kuruluşlar veya farklı STK'lar takipçi olarak sayfayı izlemektedir. Bunların genel ortalaması %0,01 düzeyindedir ve grafiğe önemli ölçüde etki göstermemektedir. Bu nedenle özel cinsiyet göstergesine araştırmada detaylı yer verilmemiştir. Sadece genel tabloda yerini almıştır. Genel tablo ise aşağıdaki gibidir:



	Kadınlar	Kadınlar %	Erkekler	Erkek %	Özel Cinsiyet	Özel Cinsiyet %	Toplam	Toplam %
13-17 Yaş	4	0.40%	5	0.50%	0	0.10%	9	1.00%
18-24 Yaş	29	3.00%	67	6.90%	0	0.10%	96	10.00%
25-34 Yaş	58	6.00%	232	23.80%	0	0.20%	290	30.00%
35-44 Yaş	39	4.00%	163	16.90%	0	0.10%	202	21.00%
45-54 Yaş	49	5.00%	144	14.90%	0	0.10%	193	20.00%
55-64 Yaş	25	2.60%	110	11.30%	0	0.10%	135	13.00%
65+ Yaş	10	1.00%	35	3.70%	0	0.30%	45	5.00%
Toplam	214	22.00%	756	77.90%	1	1.00%	971	100.00%

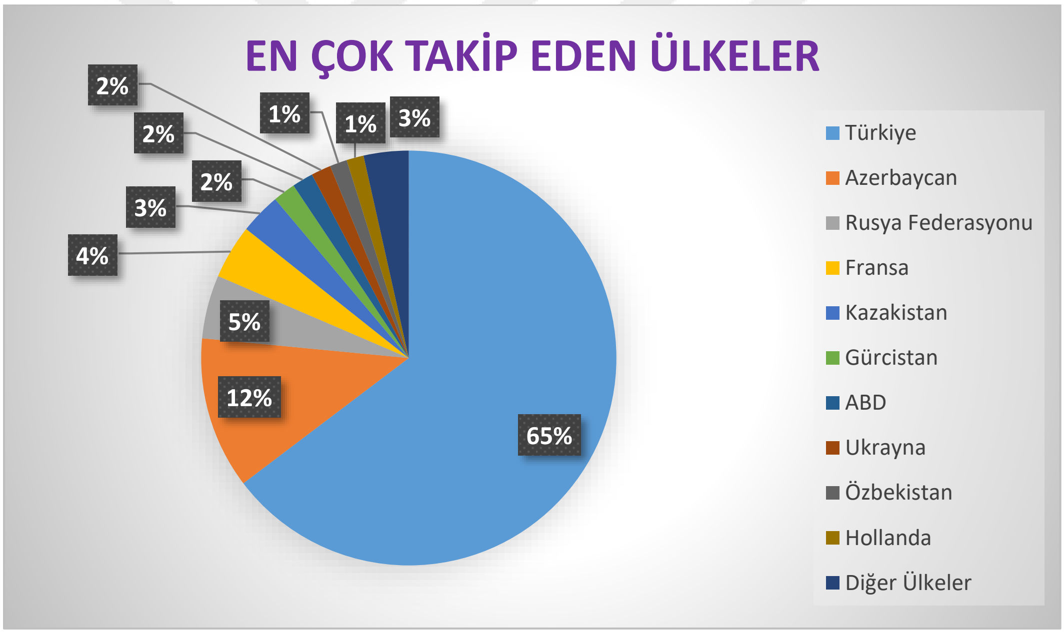
Şekil 19: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook Sayfasının Yaş Grupları Ve Cinsiyete Göre Genel Analiz Tablosu

Genel tabloya dikkat ettiğimiz zaman, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasında 971 kullanıcının yüzde yüz (%100) olarak kayda alındığı ve diğer yaş grupları ile kıyaslanarak izleyici oranı çıkarıldığını görebiliriz. Erkek ve Kadın takipçilerde en fazla takipçi sayısına sahip olan yaş aralığı 25-34 olmuştur. Bu da genel tabloya etkisini göstermiştir. Şöyle ki, Dünya Ahıska Türkleri

Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının en fazla takipçi oranı 25-34 yaş aralığında oluşmuş, takipçi sayısı 290 olarak kayda geçmiştir. Bu da sayfanın genelinin %30'nu kapsamaktadır. İkinci en fazla takipçisi olan yaş aralığı ise 35-44 olmuştur. Bu yaş aralığındaki takipçi sayısı 202 olmakla, genel takipçilerin %21'ni oluşturmaktadır. Üçüncü sırada ise 45-54 yaş aralığındaki takipçiler yer almaktadır ve ikinci sıradan sadece 9 takipçi sayısı ile geride kalmaktadır. Bu yaş aralığındaki takipçi sayısı 193 olmakla, %20'lik orana sahiptir. En az takipçi sayısına sahip olan 13-17 yaş aralığındaki sayfa kullanıcıları toplamda 9 kişi olmakla genel oranın %1'ni oluşturmaktadır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Sayfasını En Çok Takip Eden Ülkeler:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasını takip eden ülkelerin grafiği aşağıdaki gibidir:



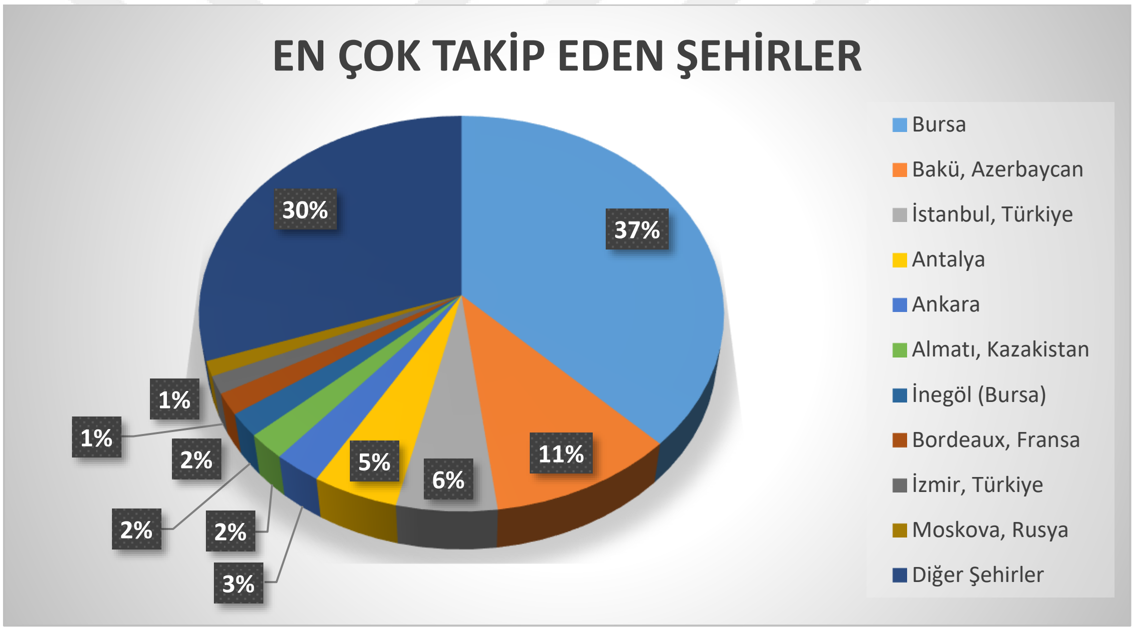
Şekil 20: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook Sayfasının En Çok Takip Eden Ülkeler

Grafiğe esasen Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının en fazla takipçisi olan ülke Türkiye'dir. Toplamda 971 olan sayfa takipçilerinin %64,68'i Türkiye'dendir. Rakamla ifade edecek olursak bu sayı 628'dir. Sıralamada ikinci yeri Azerbaycan tutmaktadır. Sayfayı bu ülkeden takip edenlerin sayısı 115'tir. Bu da yüzdelik oranla %11,84'e tekabül etmektedir. Sayfayı üçüncü sırada takip eden Rusya Federasyonu'dur. Bu ülkeden Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasını takip edenlerin sayısı 84'tür. Bu da yüzdelik olarak %4,94'e tekabül etmektedir. Sayfayı en fazla takip eden 10 ülkenin son sıralamasında

Hollanda durmaktadır. Bu ülkeden sayfayı takip edenlerin sayısı 13'tür. Yüzdelik olarak %1 oranıyla ifade edilmektedir. Bunun dışında sayfanın takipçileri arasında %1'den daha az orana sahip olan ülkeler de mevcuttur. Bu göstericiler tabloda sergilenmese de genel ortalaması çıkarılmıştır. 10 ülke haricinde daha düşük oranlara sahip ülkelerin toplamı 34'tür. Bu da %3,50 orana tekabül etmektedir. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook ve Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfalarının her ikisinde Türkiye en fazla takipçisi olan ülkedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Sayfasını En Çok Takip Eden Şehirler:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasını en çok takip eden şehirler grafiğini aşağıdaki tabloda detaylı görmek mümkündür:



Şekil 21: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook Sayfasının En Çok Takip Eden Şehirler

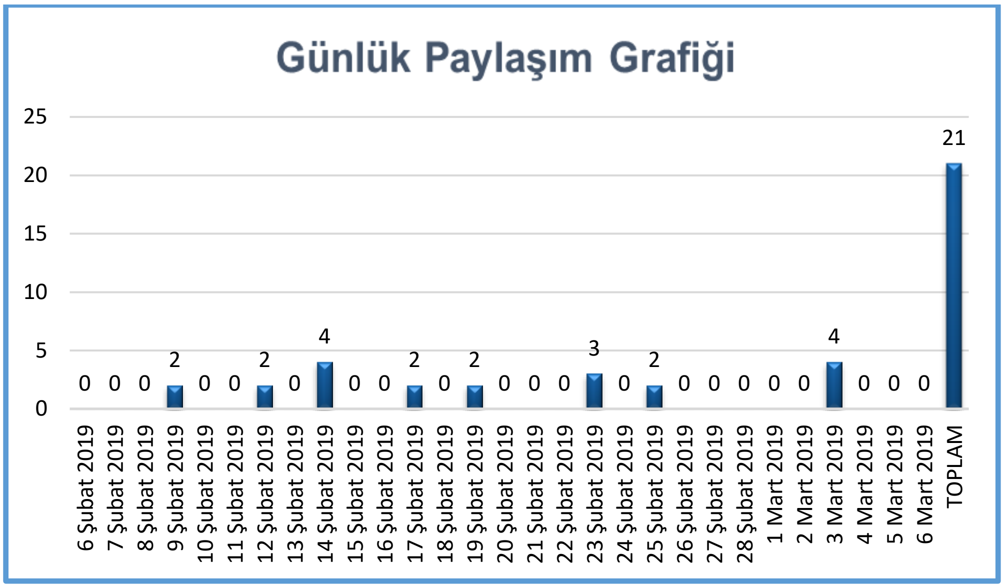
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının toplamda 971 takipçisi olduğu ve en fazla takipçisinin Türkiye'den olduğu bilgisi verilmişti. Bu sayfa DATÜB'ün (Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin) yerel sosyal medya sayfasıdır. Bu sebeple en fazla takipçinin Bursa'dan olacağı araştırma zamanı öngörülmekteydi. Netice itibariyle grafiğe (Grafik ?) dikkat ettiğimiz zaman, en fazla takipçisi olan şehrin Bursa olduğunu görmekteyiz. Bursa'da Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasını takip eden kişi sayısı 364'tür. Yüzdelik oranla gösterirsek %37,49'e tekabül etmektedir. İkinci sırada ise Azerbaycan'ın başkenti Bakü gelmektedir. Bakü'den Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasını takip edenlerin

sayısı 102, yüzdelik oranla ise %10,50'dir. Sıralamada üçüncü yerde ise İstanbul gelmektedir. İstanbul'dan sayfayı takip edenlerin sayısı 55'tir. Bu da yüzdelik olarak %5,66'a denk gelmektedir. 10 şehrin sıralamasına baktığımız zaman sonuncu sırada Rusya Federasyonu'nun başkenti Moskova'nın geldiğini görmekteyiz. Buradan Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasını takip edenlerin sayısı 12'dir. Sayfanın genel ortalaması ile kıyaslandığı zaman bu sayı yüzdelik olarak %1,23'e tekabül etmektedir. Sayfa araştırmasında %1'den düşük orana sahip ülkeler grafiğe dâhil edilmemiştir. Bu istatistiğe giren şehirler ayrıca *diğer şehirler* tablosuna ilave olunmaktadır. Sayfayı takip eden diğer şehirlerden olan kişilerin toplam sayısı 294'tür. Bu da %30,29'a denk gelmektedir. Facebook, sayfada şehir sıralaması yaparken Türkiye'den bir ilçeyi şehir bazında göstermiştir. Bu da İnegöl ilçesidir. Buradan sayfayı takip edenlerin sayısı 19, yüzdelik olarak ise %1,96'dır. Bu gösterici ile İnegöl ilçesi Fransa'nın Bordeaux, İzmir ve Rusya'nın başkenti Moskova'dan daha çok takipçi sayısına sahiptir.

Grafiğe (Grafik ?) dikkat ettiğimiz zaman, Türkiye'den Bursa, İstanbul, Antalya, Ankara, İzmir şehirlerinin, yurtdışından ise Bakü, Almatı, Bordeaux ve Moskova'nın olduğunu görmekteyiz.

DATÜB Türkiye Bursa İl Temsilciliği Facebook Sayfası 6 Şubat – 6 Mart Günlük Takibi:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının 6 Şubat – 6 Mart 2019 tarihleri arasındaki paylaşımları takip edilmiştir. Sayfada Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıkları incelenmiştir. Bu başlıklar altında yapılan paylaşım sayısı aşağıdaki grafikte gösterilmiştir:

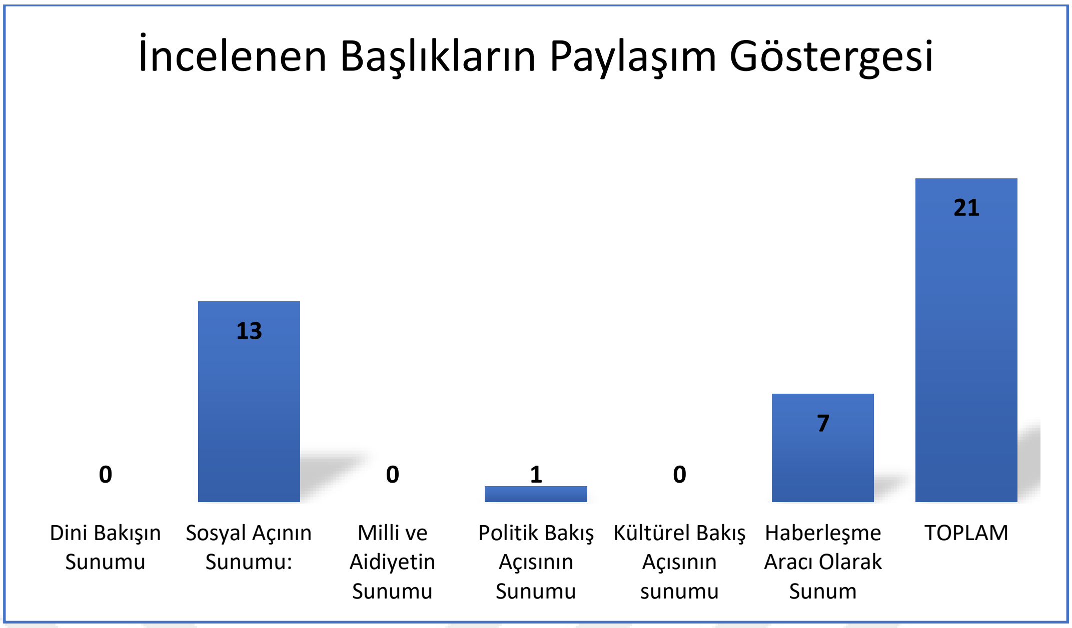


Şekil 22: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook Sayfasının 06 Şubat – 06 Mart 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Paylaşım Sayısı

Grafikte görüldüğü gibi Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının bir aylık döneminde toplamda 21 paylaşım yapılmıştır. 14 Şubat ve 3 Mart tarihlerinin her birinde 4 kez paylaşıma rastlanmaktadır. 23 Şubat tarihinde ise 3 kez paylaşım tespit edilmiştir. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfası ile kıyasladığımız zaman, takipçi sayısının çok düşük olması, paylaşım sayısına da etki etmiştir. Bu sayfada da 14 Şubat *Sevgililer Günü* ve 23 Şubat eski Sovyetlerde *Erkekler Günü* paylaşım açısından etkili olmuştur. Bir aylık süreçte yapılan paylaşımlara dikkat ettiğimiz zaman, sayfanın 20 gününde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının 06 Şubat – 06 Mart 2019 tarihleri süresince araştırılan başlıkların paylaşım sayısı:

Tez araştırmamızın bu kısmında ise, önceden belirtilen Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının kaç kez kullanıldığına dair paylaşım sayısı aşağıdaki grafikte gösterilmektedir:



Şekil 23: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfasında Araştırılan Başlıkların Genel Paylaşım Grafiği

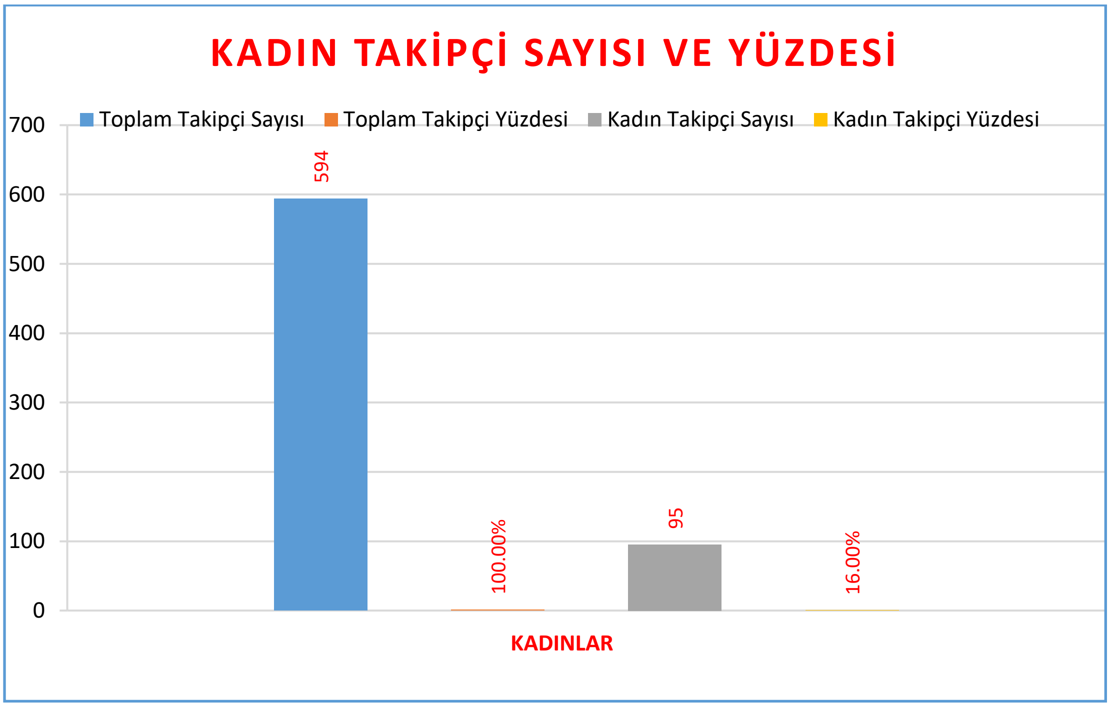
Grafiğe göre, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasında ele alınan konulardan sadece üçü ile ilgili paylaşımlara rastlanmaktadır. Bunlardan en fazla rastlanan başlık Sosyal Açının Sunumudur. Sayfada bu başlık altında 13 kez paylaşım yapılmıştır. Diğer en fazla paylaşımın yapıldığı başlık ise Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığıdır. Bu başlık altında 7 kez paylaşımın yapıldığına rastlanmaktadır. Sonda ise 1 kez paylaşımın yapıldığı Politik Bakış Açısının Sunumu başlığı yerleşmektedir. Bu başlıkların dışında Dini Bakışın Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu gibi başlıklarla ilgili ise her hangi paylaşımın yapılmadığı tespit edilmiştir.

3.1.3. “Dünya Ahıska Türkleri Birliği” Resmi Twitter Sayfasının Kullanımı



Şekil 24: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Resmi Twitter Hesabının Ana Sayfa Görünümü

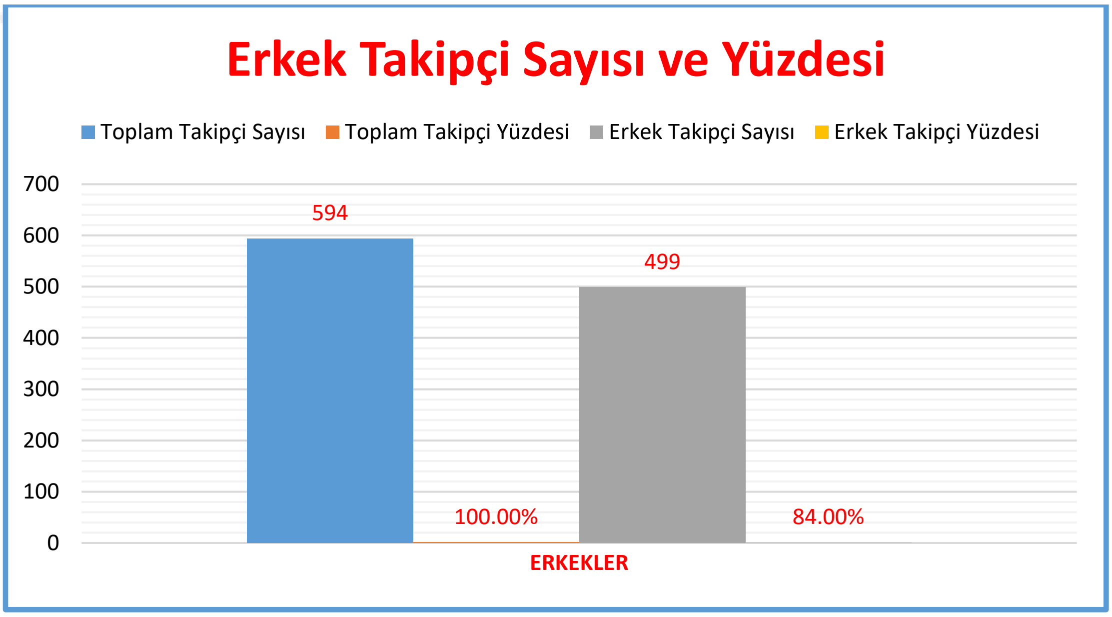
Tez araştırmamızın bu kısmında Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfası incelenmiştir. Sayfanın cinsiyete göre analizi, sayfa takipçilerinin yaşadıkları ülkeler ve şehirleri, günlük paylaşım sayıları ve önceden belirlenen başlıklar çerçevesinde paylaşım sayılarına bakılmıştır. Aşağıdaki grafikte Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfası takipçilerinin cinsiyete göre analizi yapılmıştır. Kadın takipçilerin göstergesi şöyledir:



Şekil 25: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfasının Kadın Takipçi Oranı

Grafiğe esasen, araştırma döneminde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının toplamda 594 takipçisi mevcut olmuştur. Facebook gibi yaş grupları arasında kullanıcı istatistiği oluşturulmadığından Twitter sayfasının yaş gruplarına göre takipçi analizi yapılmamıştır. Sayfanın kadın kullanıcı sayısının 95 olduğu tespit edilmiştir. Bu da yüzdelik olarak %16'a denk gelmektedir. Facebook sayfaları ile kıyasladığımız zaman Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının kadın kullanıcılarının sayısı daha azdır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının erkek kullanıcılarının genel takipçiler içerisinde oluşturduğu oranı aşağıdaki grafikte görmek mümkündür:

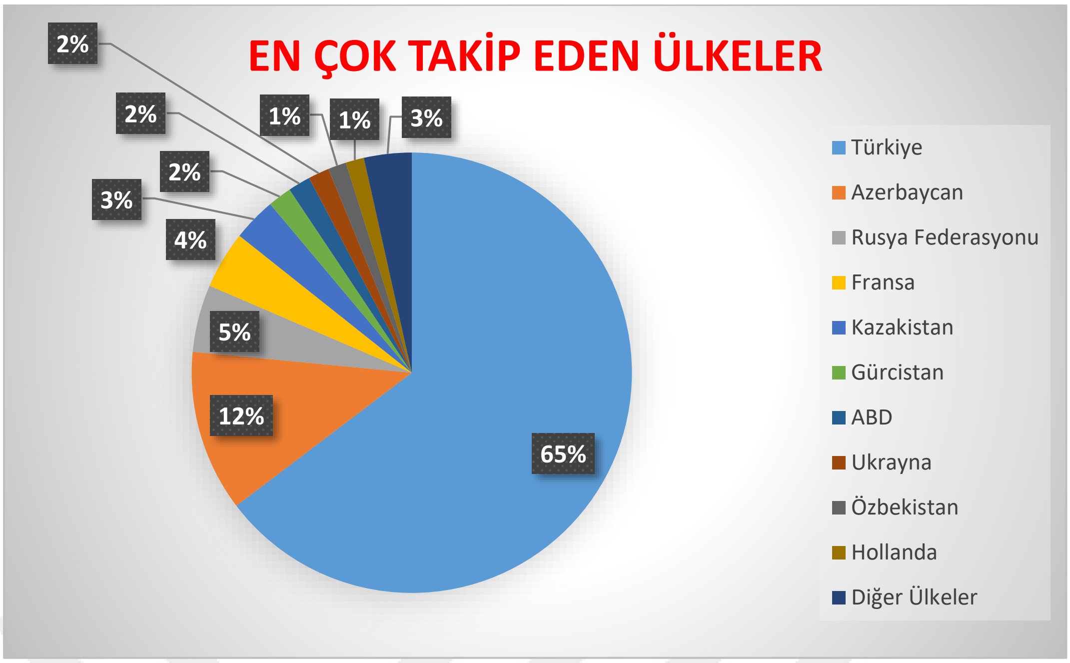


Şekil 26: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfasının Erkek Takipçi Göstergesi

Sayfada yapılan analize göre, erkek takipçilerin sayısı 499'dur. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının toplamda 594 takipçisinin 499'u erkektir ve bu sayı yüzde olarak %84'e tekabül etmektedir. Elde edilen veri Twitter kullanıcısı olan Ahıskalı erkeklerin Facebook'a oranla daha fazla olduğunu ispat etmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfasını En Çok Takip Eden Ülkeler:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasında yapılan bir diğer araştırma ise sayfa takipçilerinin yaşadıkları ülkelerdir. En fazla takipçiye sahip ülkelerin yer aldığı tablo aşağıdaki grafikte detaylı olarak sergilenmektedir:



Şekil 27: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfasını En Çok Takip Eden Ülkeler

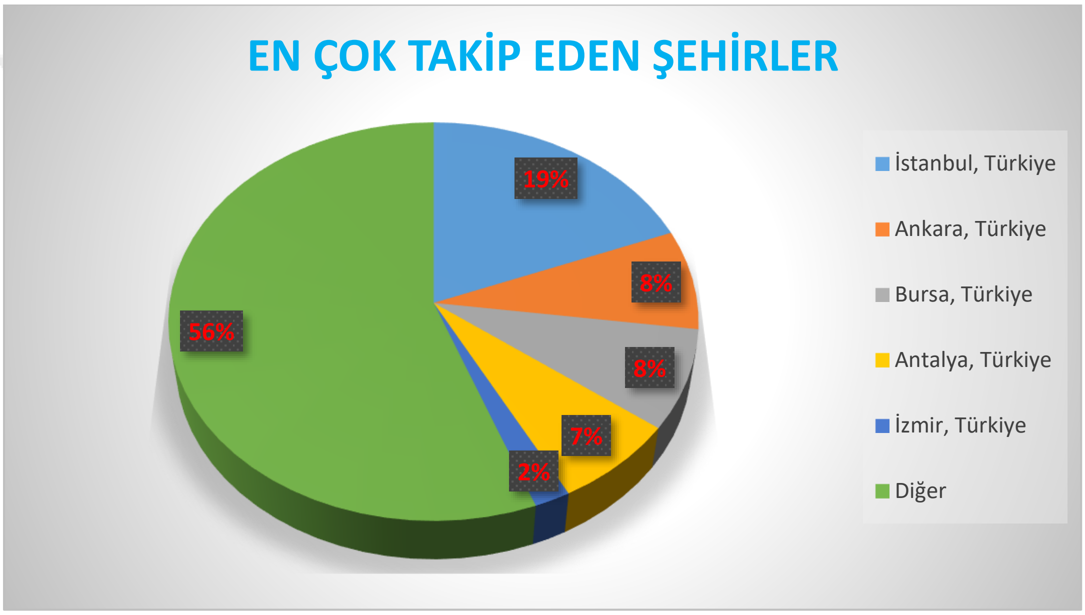
Grafiğe göre, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının 594 olan kullanıcısının içerisinde en fazla takipçiye sahip olan ülke Türkiye'dir. Türkiye'deki takipçi sayısının 493 olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'nin ardından ikinci sırada en fazla takipçiye sahip olan ülke Amerika Birleşik Devletleri'dir. ABD'deki takipçi sayısı 24'tür. Bu da yüzdelik olarak %4'e tekabül etmektedir. Tabloda üçüncü sırada Kazakistan yerleşmektedir. Buradan Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasını takip edenlerin sayısı 12 olmakla, %2'lik göstergeye sahiptir. Azerbaycan da Kazakistan'la aynı takipçi sayısına ve yüzdesine sahiptir.

Yukarıda belirtilen göstericilerin dışında sayfa takipçileri içerisinde yüzdelik oranı %1'den daha düşük olan ülkeler mevcuttur. Sayfada en az takipçiye sahip olan ve grafiğe yerleşen ülke ise Bosna Hersek'tir. Bu ülkeden sayfayı takip edenlerin sayısı 6'dır. Bu da yüzdelik olarak %1'e denk gelmektedir. Grafikte bu yüzdelik oranı %1'in altında olan ülkeler *diğer kategorisine* yerleştirilmiştir. *Diğer kategorisine* yerleşen ülkelerdeki takipçi sayısı ise toplamda 17 kişidir. Bu da yüzdelik olarak %3'e tekabül etmektedir. Grafiğe dikkat ettiğimiz zaman, Ahıskalıların toplu olarak yaşadıkları 9 ülke dışında yer alan 2 ülkenin olduğunu görebiliriz. Bunlardan biri Fransa'dır. Fransa'da toplu olarak sürgün görmüş Ahıskalılar yaşamasa da, Ahıskalı takipçilerin sayısı hızlı bir şekilde artabilir. Çünkü Fransa'da Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin Avrupa Temsilciliği kurulmuştur.

Avrupa temsilcisi Burhan Özkoşar vasıtasıyla Avrupa Konseyi düzeyinde çalışmalar yürütülmektedir. Bu da oraya Türkiye'den göç eden kişileri sayfa takipçisi yapabilecek bir gelişmedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Sayfasını En Çok Takip Eden Şehirler:

Tez araştırması zamanı Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının takipçi sayısının en fazla olduğu şehirler de ortaya çıkarılmaktadır. Sayısı 594 olan sayfa takipçilerinin yaşadıkları şehirler üzerinde yapılan araştırmanın sonuçları aşağıdaki grafikte yer almaktadır:



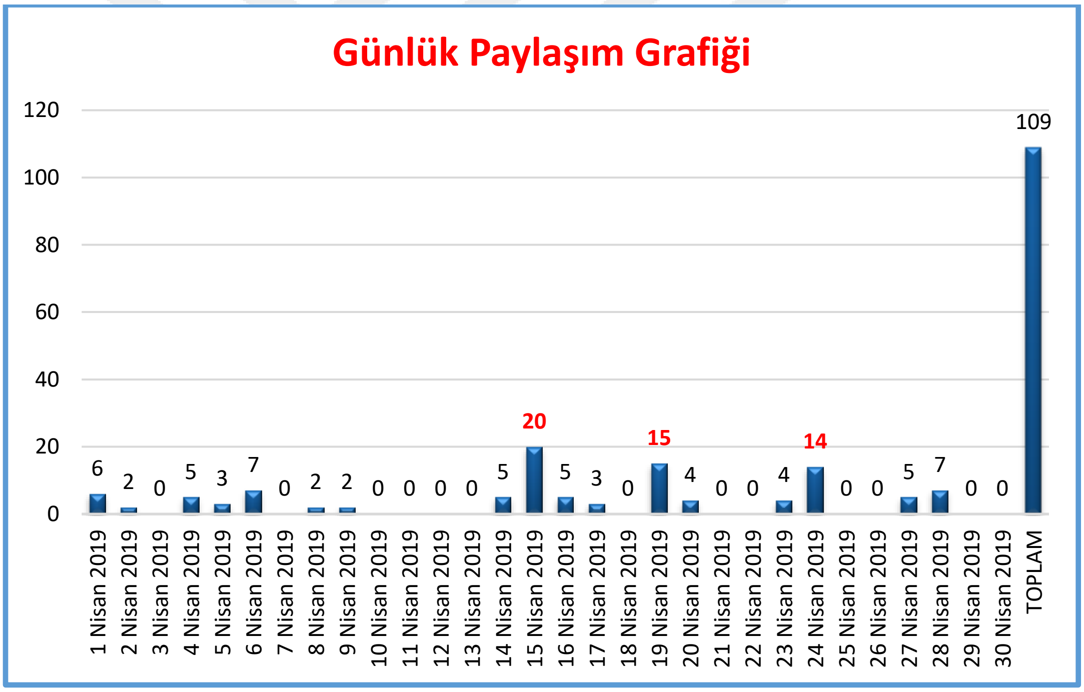
Şekil 28: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfasını En Çok Takip Eden Şehirler

Grafiğe göre Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının en fazla takipçi sıralamasının ilk beşliğindeki şehirler Türkiye'dendir. Sıralamada ilk yeri İstanbul tutmaktadır. Sayfanın 594 olan toplam takipçisinden 113'ü İstanbul'da ikamet etmektedir. 113 kişi sayfanın % 19'a tekabül etmektedir. İkinci sırada ise 48 sayı ile Ankara gelmektedir. Ankara bu sayı ile %8 oranına sahiptir. Sıralamada üçüncü yerde duran Bursa Ankara ile aynı sayı ve yüzdeye sahiptir. Grafiğe esasen ilk beş şehrin sıralamasının sonunda yer alan şehir ise İzmir'dir. İzmir'den Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasını takip edenlerin sayı 12'dir. Bu da yüzdelik oranla %2'e denk gelmektedir. Sayfa takipçileri listesinde yüzdelik oranı %1'in altında olan birçok şehir mevcuttur. Yüzdelik oranları çok düşük olduğundan bu şehirler birlikte *diğer şehirler* kategorisinde grafiğe dâhil edilmiştir. Takipçi sayısı %1'in altında olan şehirlerdeki

genel takipçi sayısı ise 331'dir. Bu da yüzdelik oranla %56'a denk gelmektedir. Grafiğe dikkat ettiğimiz zaman Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının en fazla takipçisi olan 5 şehir içerisinde yurtdışından her hangi bir şehre rastlanmamaktadır ve şehirlerin hepsi Türkiye'dedir. Bu da onu göstermektedir ki, Ahıskalılar arasında yurtdışında Twitter kullanıcılarının sayısı Türkiye'ye oranla çok düşüktür.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfasının 1-30 Nisan 2019 Tarihleri Arasında Günlük Takibi:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfasında 1-30 Nisan 2019 tarihleri arasında Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıkları altında günlük tarama yapılmıştır. Bu başlıklar altında yayınlanan haber paylaşımları hakkında detaylı bilgileri aşağıdaki grafikte görmek mümkündür:



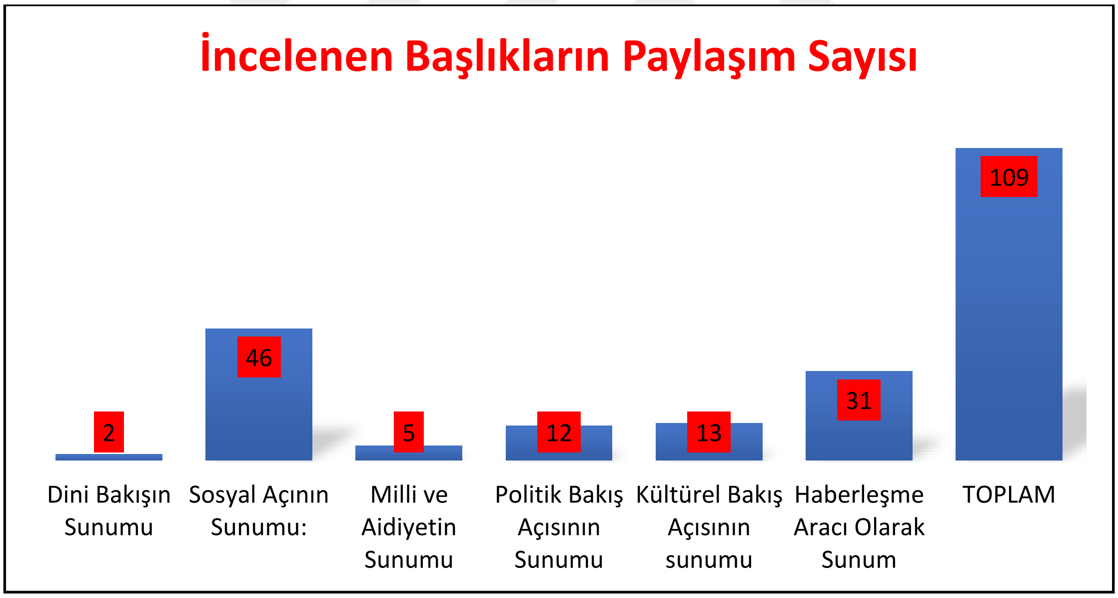
Şekil 29: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayasının 1-30 Nisan 2019 Tarihleri Arasında Günlük Paylaşım Sayısı

Yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının 1-30 Nisan 2019 tarihlerinde 1 aylık süre zarfında araştırması yapılmış, toplamda bir aylık süre içerisinde sayfada 109 habere rastlanmıştır. Sayfanın 13 günlük araştırma gününde ise her hangi bir paylaşıma rastlanmamaktadır. Bunun dışında en

fazla paylaşım yapılan üç gün içerisinde toplam bir aylık süreçteki paylaşımların yarısı yapılmıştır. Sayfada en fazla paylaşımın yapıldığı gün ise 15 Nisan 2019 tarihidir. Bu tarihte sayfada verilen başlıklar çerçevesinde 20 paylaşımın olduğu tespit edilmiştir. İkinci en fazla paylaşımın yapıldığı gün ise 19 Nisan 2019 tarihidir. Bu tarihte sayfada 15 kez verilen başlıklar çerçevesinde paylaşımın yapıldığı görülmektedir. Sayfada en fazla paylaşımın yapıldığı üçüncü gün ise 24 Nisan 2019 tarihidir. 24 Nisan tarihinde sayfada 14 kez paylaşıma rastlanmaktadır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasında 1-30 Nisan 2019 tarihleri arasında araştırılan başlıkların paylaşım göstergesi:

Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıkları çerçevesinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasında günlük takip zamanı paylaşım sayıları ile ilgili araştırma yapılmıştır. Sayfada yapılan incelemenin sonuçları grafikte detaylı bir şekilde sunulmaktadır:



Şekil 30: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfasında Araştırılan Başlıkların Genel Paylaşım Grafiği

Grafiğe esasen Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasında araştırılan başlıkların her biri ile ilgili paylaşımlara rastlanmaktadır. Bir aylık süre içerisinde yapılan araştırmanın sonucunda sayfada toplam 109 paylaşımın yapıldığı tespit edilmiştir. Bu başlıklardan en fazla paylaşımın yapılanı Sosyal Açının Sunumu ile ilgili olan başlıktır. Bu başlık çerçevesinde bir aylık süreçte 46 kez paylaşım yapılmıştır. İkinci en fazla paylaşımın yapıldığı başlık ise Haberleşme Aracı Olarak Sunum

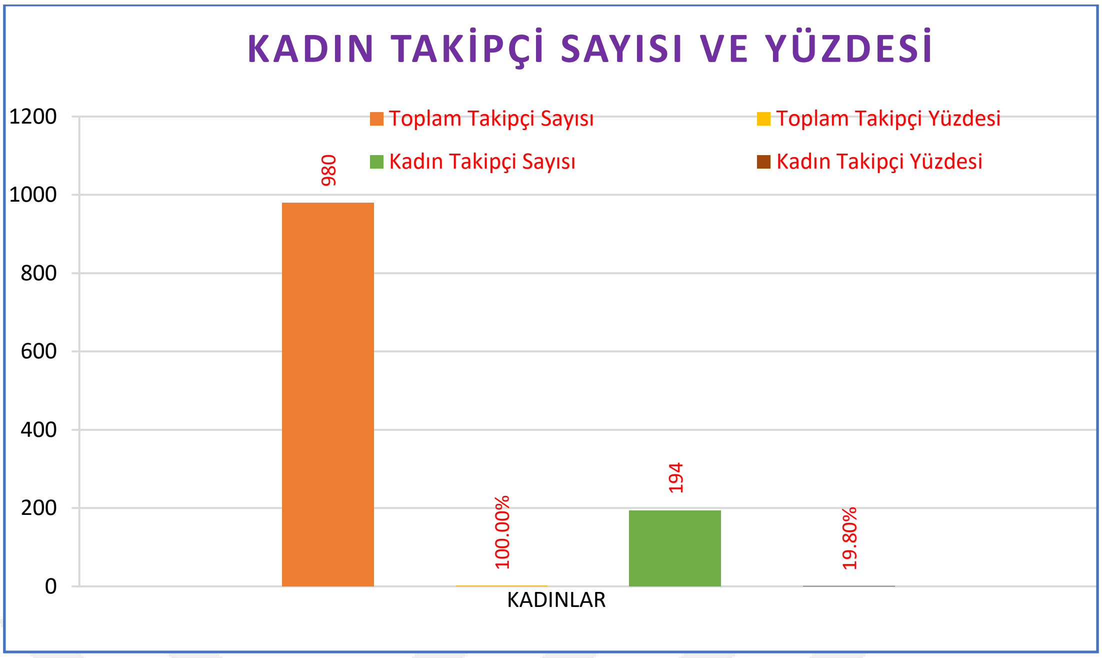
başlığıdır. Bu başlık altında ise sayfada 31 kez paylaşıma rastlanmaktadır. Grafiğe esasen üçüncü en fazla paylaşımın yapıldığı başlık ise Kültürel Başlık Açısının Sunumu başlığıdır. Bu başlık altında sayfada 13 kez paylaşımın yapıldığı görülmektedir. Önceden belirlenen başlıklar çerçevesinde sayfada yapılan araştırma zamanı en az paylaşımın Dini Bakışını Sunumu çerçevesinde yapıldığı tespit edilmiştir. Bu başlık altında bir aylık süre içerisinde sayfada toplamda 2 kez paylaşıma rastlanmaktadır.

3.1.4 "Ahıska" Twitter Sayfasının Kullanımı



Şekil 31: Ahıska Twitter Hesabının Ana Sayfa Görünümü (Sayfa İsmi Araştırma Yapıldıktan Sonra *Ahıska Haber* Olarak Değiştirilmiştir).

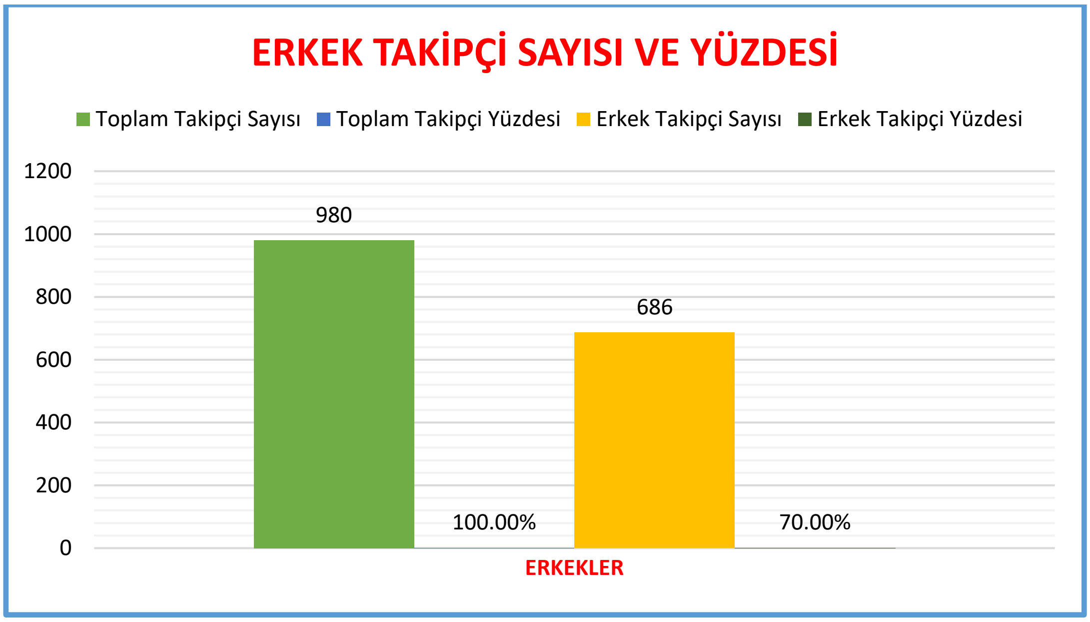
Tez araştırması zamanı Ahıska Twitter sayfası yöneticileri ile görüşme sağlanmış fakat araştırmada kullanmak amacıyla bazı bilgiler elde edilememiştir. Bazı bilgilerin yönetici haricinde elde edilmesi mümkün olmadığından Ahıska Twitter sayfasında kısıtlı bilgilerle araştırma yapılmış, elde edilen veriler üzerinden araştırmaya devam edilmiştir. Bu eksiklikler hakkında sayfa araştırmasında bilgiler verilecektir. İlk olarak sayfanın cinsiyete göre takipçi sayısı ile tanış olalım. Sayfanın kadın takipçi sayısı ve yüzdesi aşağıdaki grafikte gösterilmektedir:



Şekil 32: Ahıska Twitter Sayfasının Kadın Takipçilerinin Genel Takipçilere Oranla Göstericileri (Sayı ve Yüzde ile)

Grafiğe esasen Ahıska Twitter sayfasında yapılan araştırma zamanı sayfanın 980 takipçisi olduğu tespit edilmektedir. Sayfadaki kadın takipçilerin sayısı 194 kişi olarak gösterilmektedir. Bu da yüzde olarak kadın takipçilerinin %19,80'e denk geldiğini ifade etmektedir.

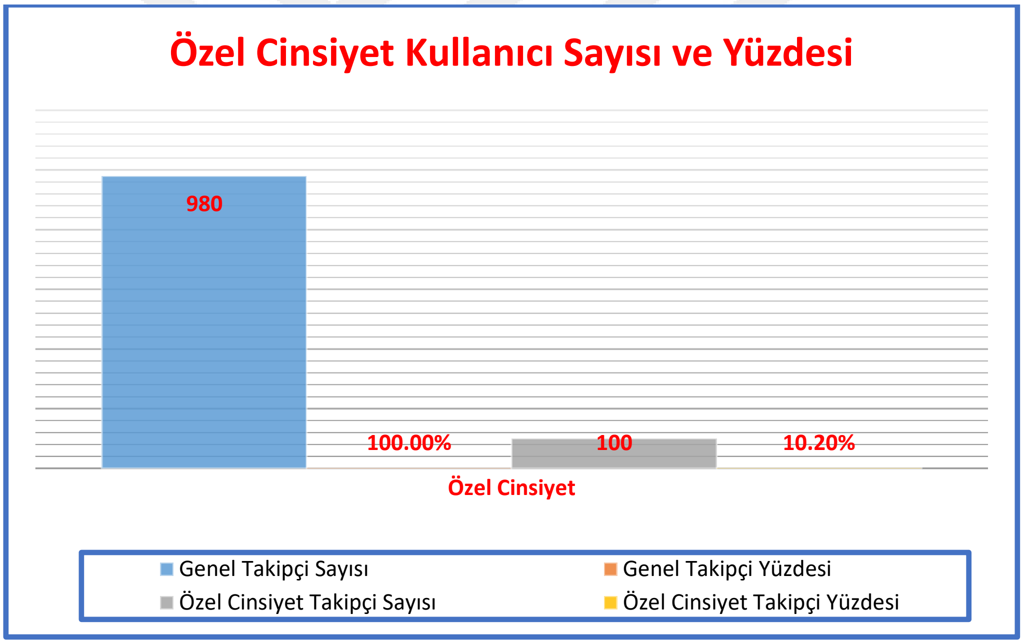
Aşağıdaki grafikte ise Ahıska Twitter sayfasının erkek takipçilerinin toplam takipçilere oranla göstergesi sunulmaktadır:



Şekil 33: Ahıska Twitter Sayfasının Kadın Takipçilerinin Genel Takipçilere Oranla Göstericileri (Sayı ve Yüzde ile)

Ahıska Twitter sayfası üzerinde yapılan araştırma zamanı sayfanın erkek kullanıcılarının %70 oranda olduğu tespit edilmiştir. Bu yüzdelik gösterge sayı ile 686 olarak ifade edilmektedir. Bu oran sayfanın 2/3'nin erkek kullanıcı olduğunu göstermektedir.

Yukarıdaki paragraflarda Ahıska Twitter sayfasının kadın ve erkek kullanıcılarının sayısı ve yüzdelik oranı gösterilmektedir. Sayfa üzerinde yapılan inceleme zamanı diğer araştırılan sosyal medya sayfalarından farklı olarak kurum ve kuruluşların adına kurulan sosyal medya sayfalarının da gözle görünür derecede Ahıska Twitter sayfasını takip ettiği tespit edilmiştir. Bu nedenle bu takipçiler grafikte kadın ve erkek kullanıcı göstergesinden çıkarılarak ayrıca tablo haline getirilmiştir. Özel cinsiyet kategorisine dâhil edilen bu takipçiler aşağıdaki grafiğe eklenmiştir:



Şekil 34: Ahıska Twitter Sayfasının Özel Cinsiyet Takipçilerinin Genel Takipçilere Oranla Göstericileri (Sayı ve Yüzde ile)

Sayfa üzerinde yapılan inceleme zamanı özel cinsiyet kategorisinde takipçi sayısının 100 kişi olduğu tespit edilmiştir. Bu sayı yüzdelik olarak %10,20'e tekabül etmektedir.

Ahıska Twitter sayfasının cinsiyet olarak takipçi oranına dikkat ettiğimiz zaman, kadın, erkek ve özel cinsiyet kategorileri ile ilgili aşağıdaki grafikteki sonuçları görebiliriz:

CİNSİYETE GÖRE GENEL TAKİPÇİ SAYISI VE YÜZDESİ

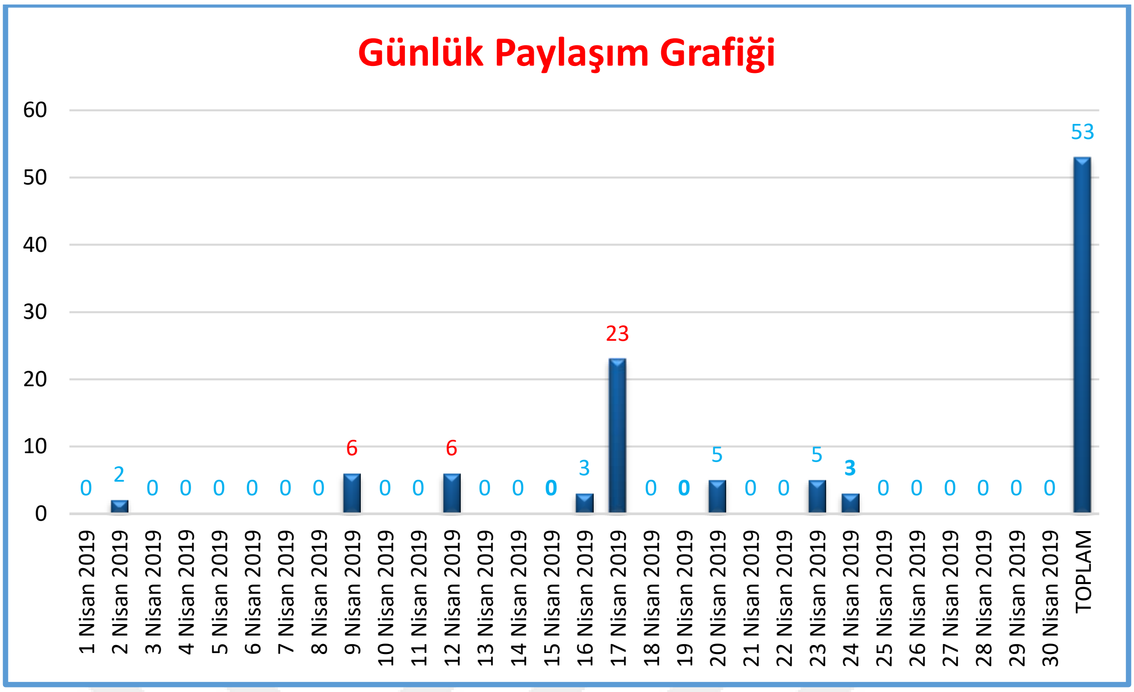
	1
Genel Takipçi Sayısı	980
Genel Takipçi Yüzdesi	100.00%
Kadın Takipçi Sayısı	194
Kadın Takipçi Yüzdesi	19.80%
Erkek Takipçi Sayısı	686
Erkek Takipçi Yüzdesi	70.00%
Özel Cins.Takipçi Sayısı	100
Özel Cins.Takipçi Yüzdesi	10.20%

Şekil 35: Ahıska Twitter Sayfasının Kadın, Erkek, Özel Cinsiyet Kategorilerindeki Takipçilerinin Genel Takipçilere Oranla Göstericileri (Sayı ve Yüzde ile)

Grafikteki Ahıska Twitter sayfasının kadın, erkek, özel cinsiyet kategorilerindeki takipçi tablosuna dikkat ettiğimiz zaman erkek kullanıcılar diğer takipçilere oranla daha fazla olduğunu görebiliriz. Diğer sosyal medya sayfalarından farklı olarak Ahıska Twitter sayfasında özel cinsiyet kategorisindeki takipçi sayısı yüksek orandadır. Genel takipçi tablosuna bu oran etki ettiğinden, oluşturulan grafiğe özel cinsiyet kategorisindeki gösterge de eklenmiştir. Kadın takipçiler 194, erkek takipçiler 686, özel cinsiyet kategorisinde olanlar ise 100 kişi olmakla genel rakam 980 sayısını oluşturmaktadır. Kadın ve özel cinsiyet kategorisindeki takipçiler %30'luk bir göstericiye sahiptirler.

Ahıska Twitter Sayfasının 01-30 Nisan 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Takibi:

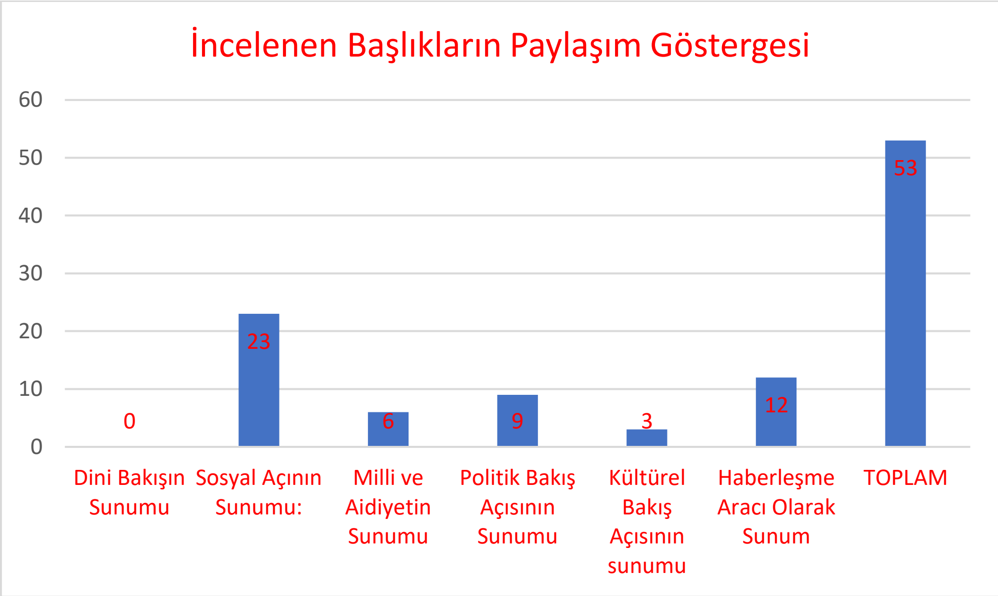
Ahıska Twitter sayfası ile ilgili yapılan günlük takip ve veri incelemesi zamanı sayfanın en fazla takipçisi olan ülkeler ve şehirlerle ilgili bilgiler sayfa ile ilgili belirtilen sebeplerden dolayı elde edilememiştir. Fakat sayfanın Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıkları çerçevesinde günlük paylaşımları ele alınmış ve belirtilen başlıkların paylaşım oranları tespit edilmiştir. İlk olarak Ahıska Twitter sayfasında 01-30 Nisan 2019 tarihleri arasında yapılan paylaşımlarla tanış olalım. Bunun için aşağıda gösterilen grafikte yer alan verilere dikkat edelim:



Şekil 36: Ahıska Twitter Sayfasının 01 – 30 Nisan 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Paylaşım Sayısı

Ahıska Twitter sayfası üzerinde 1 -30 Nisan 2019 tarihleri arasında yapılan araştırma zamanı bir aylık süreçte sayfada 53 paylaşımın yapıldığı tespit edilmiştir. Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının araştırıldığı sayfada bir aylık süreç içerisinde sadece sekiz gün paylaşım yapıldığı, diğer 22 günde ise paylaşım yapılmadığı görülmektedir. Bu günler içerisinde en fazla paylaşımın yapıldığı gün 17 Nisan 2019 tarihi olmuştur. Bu tarihte Ahıska Twitter sayfasında 23 kez paylaşım yapılmıştır. Üçüncü en fazla paylaşımın yapıldığı günler ise 9 ve 12 Nisan tarihleridir. Gösterilen bu tarihlerin her ikisinde 6 kez paylaşımın yapıldığı tespit edilmiştir. Ahıska Twitter sayfasının takipçilerinin 1000'e yakın olmasına rağmen sayfa yöneticisinin 01-30 Nisan 2019 tarihleri arasındaki paylaşımları çok düşük olmuştur. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının takipçi sayısı 594 olmasına rağmen, Ahıska Twitter sayfasından daha fazla paylaşıma sahiptir.

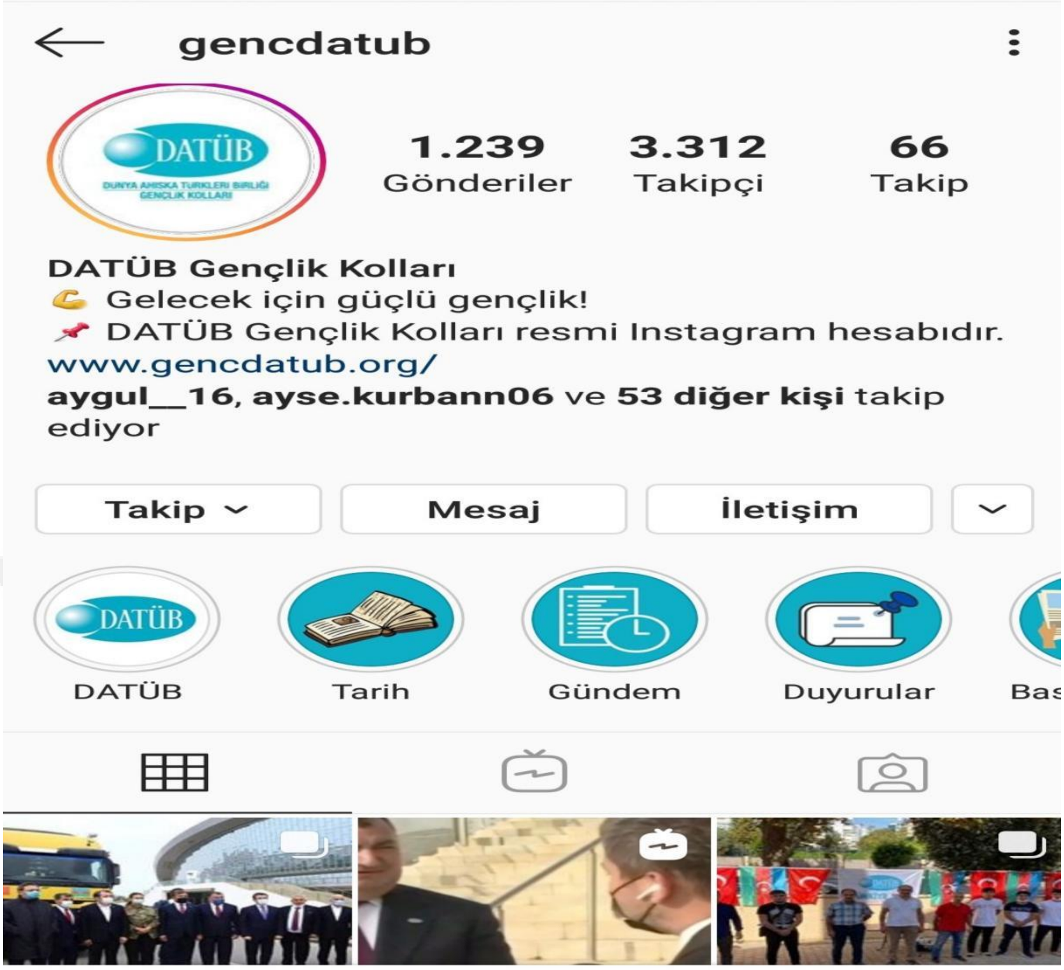
Son olarak Ahıska Twitter sayfasında Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıkları çerçevesinde yapılan paylaşımlarla ilgili yapılan araştırmada aşağıdaki grafikteki bilgiler elde edilmiştir:



Şekil 37: Ahıska Twitter Sayfasında Araştırılan Başlıkların Genel Paylaşım Grafiği

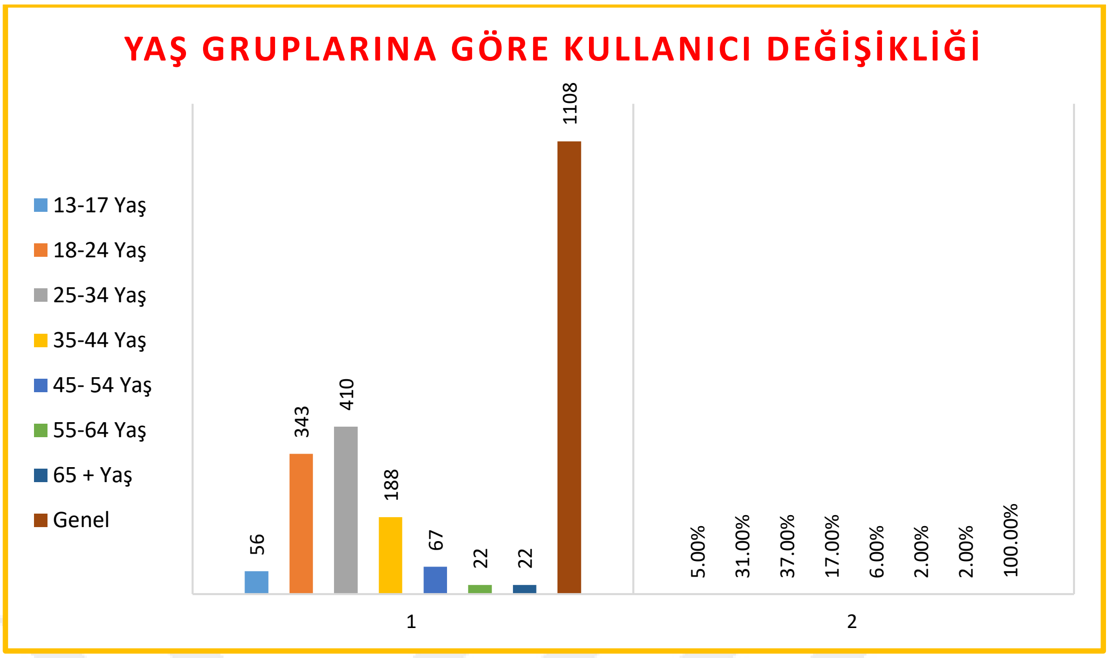
Diğer grafikte Ahıska Twitter sayfasında Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıkları çerçevesinde toplam 53 paylaşımın yapıldığı vurgulanmıştır. Grafiğe esasen bu başlıkların sadece birinde her hangi paylaşımın yapılmadığı teyit edilmiştir. Sadece Dini Bakışın Sunumu başlığı altında her hangi paylaşımın yapılmadığını görmekteyiz. En fazla paylaşımın yapıldığı başlıkları sıraladığımız zaman, Sosyal Açının Sunumu başlığının listede birinci sırada durduğu görülmektedir. Bu başlık altında 23 kez paylaşım yapılmıştır. İkinci en fazla paylaşımın yapıldığı başlık ise Haberleşme Aracı Olarak Sunumdur. Bu başlık altında 12 kez paylaşım yapılmıştır. Listede en fazla paylaşımın yapıldığı üçüncü başlık Politik Bakış Açısının Sunumudur. Bu başlık altında Ahıska Twitter sayfasında 9 kez paylaşımın yapıldığı tespit edilmektedir.

3.1.5 “DATÜB Gençlik Kolları” Instagram Sayfasının Kullanımı



Şekil 38: DATÜB Gençlik Kolları Instagram Sayfasının Ana Sayfa Görünümü

Tez araştırmasında Facebook, Twitter sosyal medya sayfaları ile birlikte Instagram sayfasının da günlük takibi yapılmıştır. Ahıskalı Türklerin kullandığı sosyal medya sayfalarından olan Instagram’da Ahıskalıların kendilerini sunum biçimi, kimlik ve kültürlerini nasıl sergiledikleri analiz edilmiştir. Araştırma döneminde birçok sayfa incelenmiş, birçoğunun aylık süreç içerisinde paylaşım yapmadığı ortaya çıkmıştır. Fakat tezin amacı Ahıskalıların kendilerini nasıl sundukları ile ilgili bilgileri elde etmek olduğundan bu konuda aktif paylaşım yapan Instagram sayfasının araştırılması kararlaştırılmıştır. Bu nedenle Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfası üzerinde araştırma yapılmıştır. İlk olarak sayfanın kullanıcıları arasında yaş kategorilerine göre takipçi oranına dikkat edelim. Bununla ilgili aşağıdaki grafikte detaylı bilgi verilmektedir:

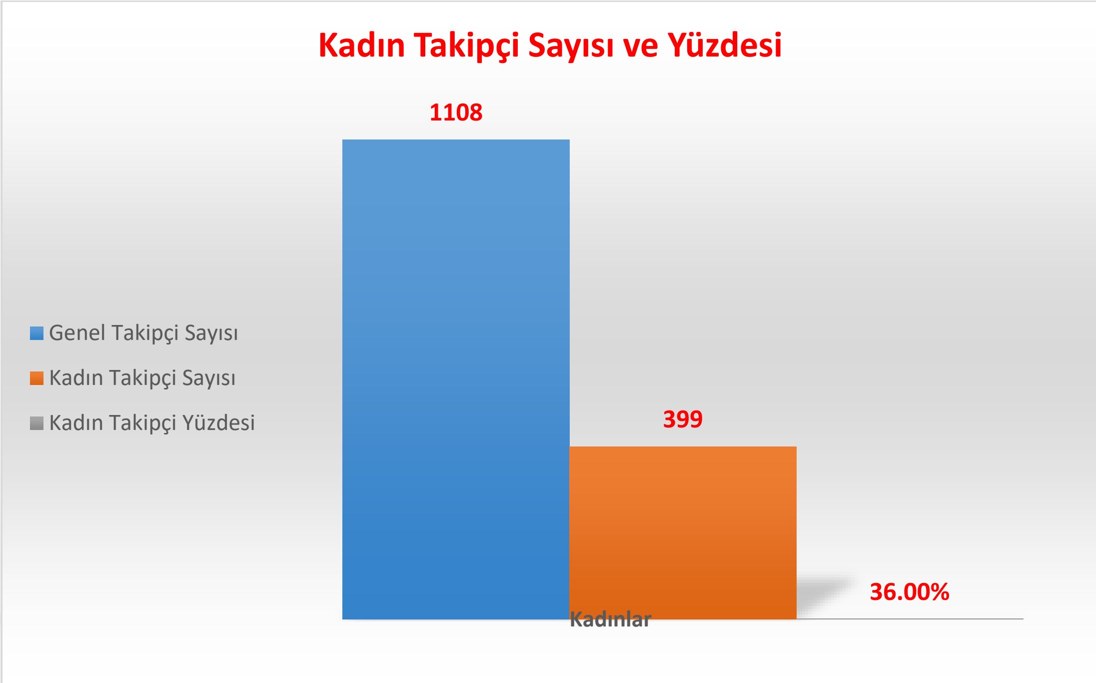


Şekil 39: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram Sayfası Takipçilerinin Belirli Yaş Gruplarında Genel Takipçilere Oranla Göstericileri (Sayı ve Yüzde ile).

Grafiğe esasen Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının takipçi sayısının 1108 olduğu tespit edilmiştir. Bu sayı çerçevesinde 7 yaş grubu içerisinde yapılan araştırma zamanı sayfanın en fazla takipçisi olan yaş aralığının 25-34 olduğu görülmektedir. Bu yaş aralığındaki takipçi sayısı 410'dur. Bu da yüzdelik olarak %37'e tekabül etmektedir. İkinci en fazla takipçiye 18-24 yaş aralığı sahiptir. Bu yaş aralığında toplam takipçi sayısı 343'tür. Yüzdelik olarak bu sayı %31'e denk gelmektedir. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının üçüncü en fazla takipçisi olan yaş aralığı ise 35-44'tür. Bu yaş aralığında 188 takipçi mevcuttur ve bu da %17'e tekabül etmektedir. Sayfanın en az takipçisine sahip olan yaş aralıkları ise 55-64 ve 65 + gruplarıdır. Bu yaş aralıklarının her ikisinde takipçi sayısı 22'dir. Bu sayılar %2'lik göstergeye sahiptir.

Cinsiyete Göre Ahıskalı Türklerin Yeni Medya Kullanımı:

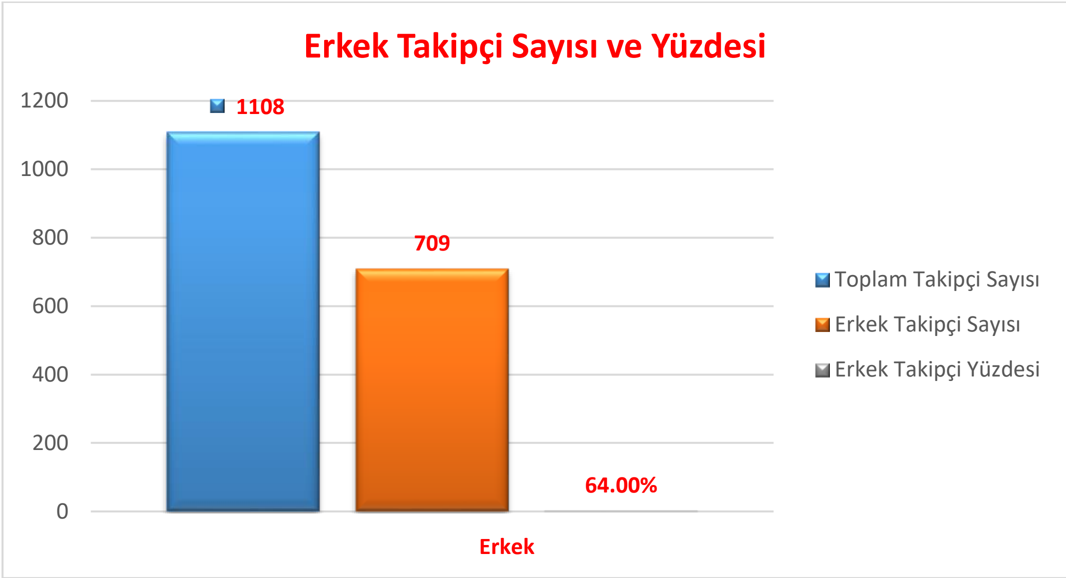
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfası ile ilgili yapılan araştırmada Ahıskalı kadın ve erkek kullanıcıların sayısı ve genel sayıya kıyasla oluşturdukları gösterge elde edilmiştir. İlk olarak sayfa takipçileri arasında kadın kullanıcıların oluşturdukları orana dikkat edelim. Aşağıdaki grafikte sayfanın kadın kullanıcılarının sayısı ve oranı gösterilmektedir:



Şekil 40: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram Sayfasının Kadın Takipçilerinin Genel Takipçilere Oranla Göstericileri (Sayı ve Yüzde ile).

Grafiğe esasen Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının 1108 olan takipçilerinin arasında kadınların oluşturduğu oran %36'dır. Bu da rakamla 399'a tekabül etmektedir. Tez araştırması zamanı incelenen diğer sosyal medya ağları olan Facebook ve Twitter'de kadın kullanıcıların oranı Instagram'a göre daha düşük olmuştur. Bu gösterge Instagram'da Ahıskalı kadın kullanıcıların sayısının daha fazla olduğunu göstermektedir.

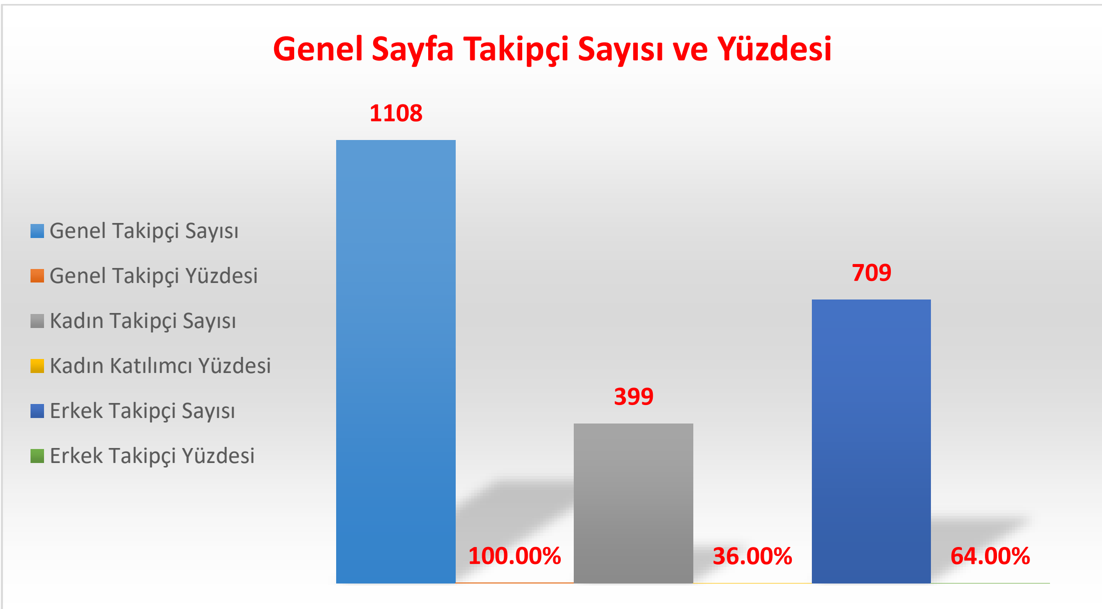
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının genel takipçileri içerisinde erkeklerin oluşturdukları oranı ise aşağıdaki grafikte görmek mümkündür:



Şekil 41: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram Sayfasının Erkek Takipçilerinin Genel Takipçilere Oranla Göstericileri (Sayı ve Yüzde ile).

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının toplamda 1108 olan genel takipçileri içerisinde erkek takipçilerin sayısı 709'dur. Yüzdelik oranla % 64'e denk gelmektedir. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının bu göstericisi, diğer sosyal medya sayfalarından farklı olarak en az erkek takipçisi olan sosyal medya sayfası olduğunu sergilemektedir. Sayfadaki erkek kullanıcılar genel takipçilerin 2/3'ni oluşturmaktadır.

Şimdi ise sayfanın erkek ve kadın takipçilerinin aynı grafik içerisinde oluşturdukları oranlara dikkat edelim:

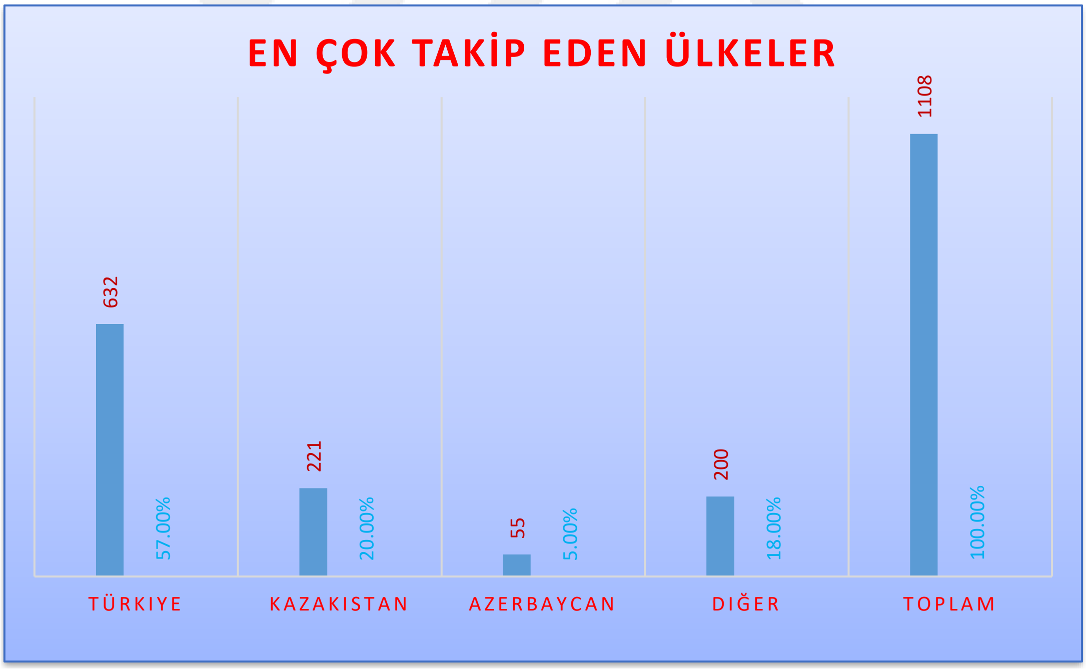


Şekil 42: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram Sayfasının Erkek Ve Kadın Takipçilerinin Genel Göstericileri (Sayı ve Yüzde ile)

Grafikte görüldüğü gibi, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının 1108 olan takipçi sayısı yüzdelik orana göre %100 olarak işaretlenmiştir. Kadın takipçilerin sayısı 399 sayı ile %36 orana sahip olmakla, 709 sayı ile %64 orana sahip olan erkek takipçilerin 1/3'ni oluşturmaktadır. Yukarıdaki grafikte gösterildiği gibi bu oran diğer sosyal medya araçlarında görülmemiştir. Kadın takipçiler diğer sosyal medya sayfalarına kıyasla daha fazla orana sahiptir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram Sayfasını En Çok Takip Eden Ülkeler:

Tez araştırması zamanı Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının en fazla takipçisi olan ülkeler tespit edilmiştir. Sayfanın en fazla takipçisi olan ülkelerin sayısı ve genel takipçiye oranla yüzdelik göstergesi aşağıdaki grafikte detaylı olarak gösterilmektedir:



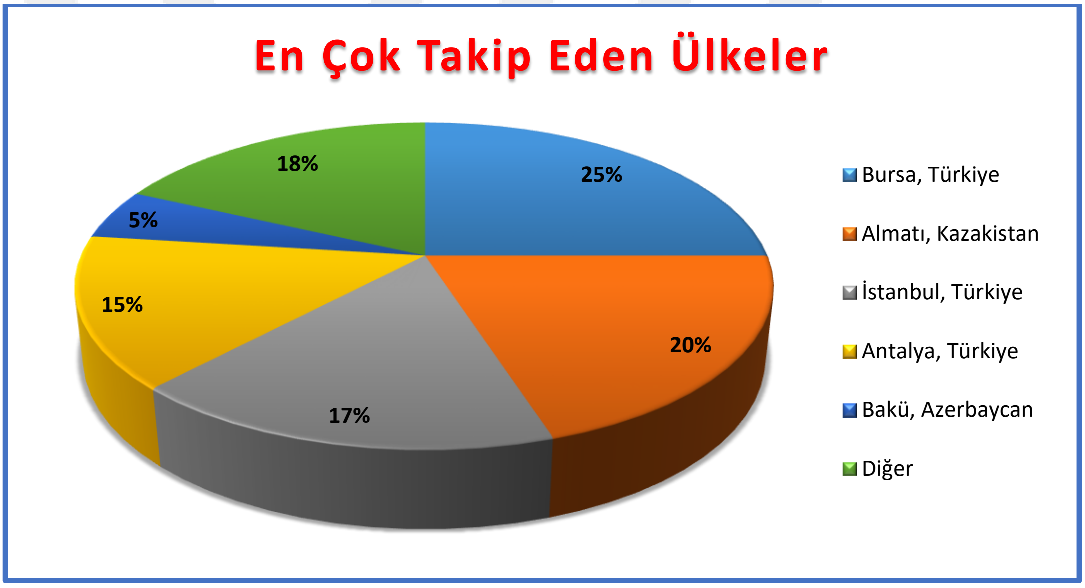
Şekil 43: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram Sayfasını En Çok Takip Eden Ülkeler

Yukarıda gösterilen grafiğe göre, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının en fazla kullanıcısı olan ülke Türkiye'dir. Türkiye'den sayfayı takip eden kişi sayısı 632'dir. Genel sayfa takipçilerinin 1108 olduğunu dikkate aldığımız zaman bu sayı yüzdelik olarak %57'e denk gelmektedir. Sıralamada ikinci en fazla takipçisi olan ülke ise Kazakistan'dır. Kazakistan'dan Dünya Ahıska Türkleri

Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasını takip edenlerin sayısı 221'dir. Bu da genel takipçi oranı ile kıyaslandığında %20'e denk gelmektedir. Listede üçüncü sırada yerini alan ülke ise Azerbaycan'dır. Bu ülkeden sayfayı takip edenlerin sayısı ise 55'tir. Bu da yüzdelik olarak %5'e tekabül etmektedir. Sayfayı takip eden diğer ülkelerin oranı %1'in altında olduğu için bu ülkeler grafiğe dahil edilmemiştir. Fakat *diğer ülkeler* kategorisine dâhil edilmiştir. Diğer kategorisindeki ülkelerin genel takipçi sayısı 200'dür. Bu da yüzdelik olarak %18'e denk gelmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram Sayfasını En Çok Takip Eden Şehirler:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının en fazla takipçisi olan şehirlerin tablosu şöyledir:



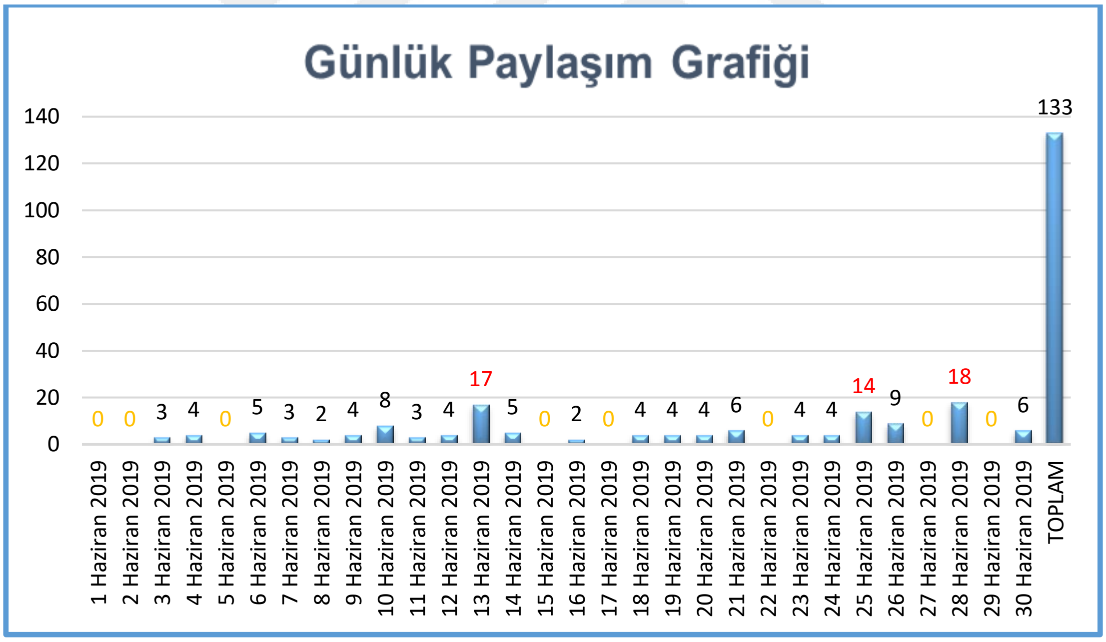
Şekil 44: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram Sayfasını En Çok Takip Eden Şehirler

Araştırma zamanı Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının 1108 olan kullanıcılarının farklı ülke ve şehirlerde yaşadıkları tespit edilmiştir. Grafiğe esasen sayfanın en fazla takipçisi olan şehir 277 kullanıcı ile Bursa'dır. Bu şehirdeki takipçi sayısı genel takipçilerin %25'ni oluşturmaktadır. Listede ikinci yeri alan şehir ise yurtdışındandır. 222 takipçi ile listede ikinci yeri alan şehir Kazakistan'ın büyük şehirlerinden olan Almatı'dır. Buradaki takipçiler genel kullanıcı sayısına oranla %20'lik bir göstergeye sahiptir. Listenin üçüncü sırasında yerleşen ülke yine Türkiye'den İstanbul'dur. Bu şehirdeki takipçi sayısı 188 olmakla genel takipçi sayısının %17'ni oluşturmaktadır. Grafikte en az takipçi sayısına sahip olan şehir ise

Azerbaycan'ın başkenti Bakü'dür. Buradaki takipçi sayısı 55'tir ve bu da genel kullanıcı ile kıyasla %5 göstergeye sahiptir. Takipçi sayısı %1'in altında olan şehirler grafiğe dahil edilmemiştir. Fakat bu şehirler *diğer şehir* kategorisine dahil edilmiştir. Bu kategoride olan şehirlerdeki takipçi sayısı toplam 200'dür. Yüzdelik olarak bu sayı %18'e denk gelmektedir. Grafiğe dikkat ettiğimiz zaman Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları İnstagram sayfasının en fazla takipçilerinin olduğu şehirler içerisinde 3'ü (Bursa, İstanbul, Antalya) Türkiye'den, 2'i ise (Almatı, Bakü) yurtdışındandır. Diğer sosyal medya sayfaları ile şehir kıyaslaması ise araştırmanın analiz kısmında yapılacaktır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram Sayfasının 01-30 Nisan 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Takip Göstergesi:

1-30 Haziran 2019 tarihleri arasında günlük paylaşım takibinin yapıldığı Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında ilgili başlıklar altında yapılan haberlerin günlük dağılımı aşağıdaki grafikte yer almaktadır:



Şekil 45: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram Sayfasının 01 – 30 Nisan 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Paylaşım Sayısı

Grafiğe göre Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının 1-30 Haziran 2019 tarihleri arasında yapılan günlük takibi zamanı belirtilen başlıklar çerçevesinde toplam 133 haber yapıldığı tespit edilmiştir. Sayfada en fazla paylaşımın yapıldığı günün ise 28 Haziran 2019 tarihi olduğu görülmüştür. Bu tarihte Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 18 kez paylaşım

yapılmıştır. En fazla paylaşımın yapıldığı ikinci gün ise 13 Haziran 2019 tarihidir. Bu tarihte sayfada 17 kez paylaşım yapılmıştır. Araştırma zamanı sayfada üçüncü en fazla paylaşımın yapıldığı günün 25 Haziran 2019 tarihi olduğu tespit edilmiştir. Bu tarihte sayfada 14 kez paylaşıma rastlanmaktadır. Yapılan inceleme zamanı Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıkları altında sayfanın 8 gününde herhangi bulguya rastlanmamıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının 1-30 Haziran 2019 tarihleri arasında araştırılan başlıklarının paylaşım sayısı:

Yapılan araştırma zamanı Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları İnstagram sayfasında 1-30 Haziran 2019 tarihleri arasında Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her biri ile ilgili paylaşım yapıldığı tespit edilmiştir. Bu başlıklar altında sayfada yapılan paylaşımlarla ilgili verilere aşağıdaki grafikte detaylı yer verilmektedir:



Şekil 46: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfasında Araştırılan Başlıkların Genel Paylaşım Grafiği

Grafiğe esasen Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında en fazla paylaşımın yapıldığı başlık Sosyal Açının Sunumudur. Bu başlık altında sayfada 46 kez paylaşıma rastlanmaktadır. Sayfada en fazla paylaşımın yapıldığı ikinci başlık ise Haberleşme Aracı Olarak Sunumdur. Bu başlık altında ise 34 kez

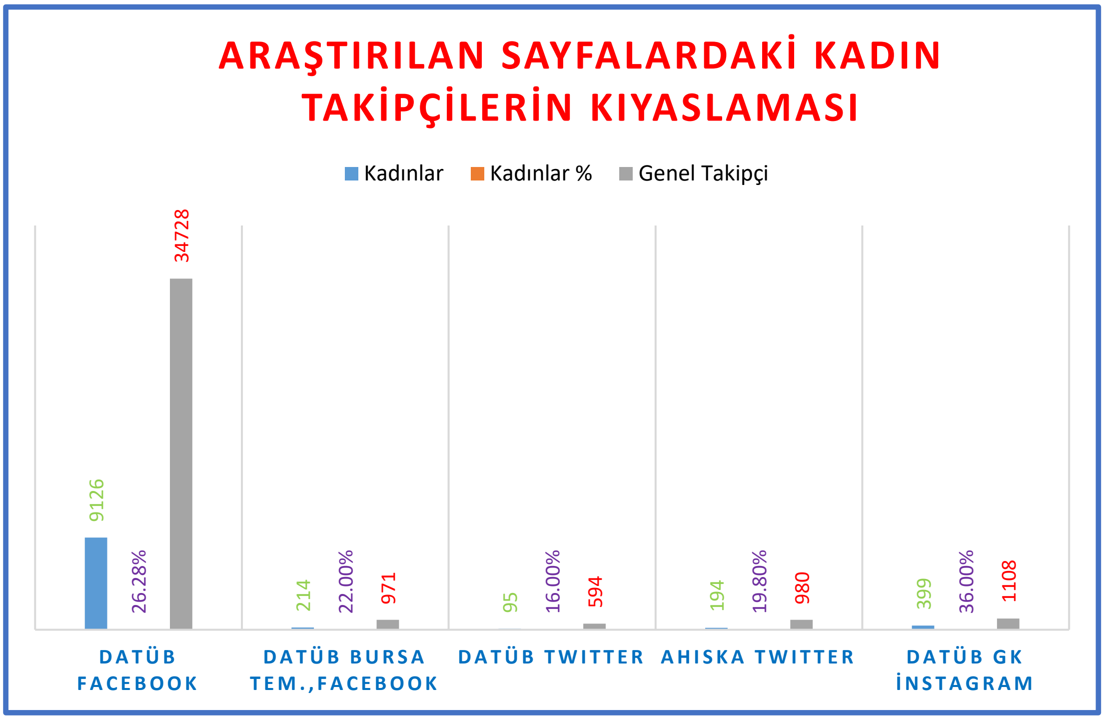
paylaşım yapıldığı tespit edilmiştir. Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında en fazla paylaşımın yapıldığı üçüncü başlık ise 18 paylaşımla Dini Bakışın Sunumudur. Sayfada en az paylaşım yapılan araştırma başlığı ise Politik Bakış Açısının Sunumudur. Bu başlık altında sayfada 30 günlük araştırma süresi içerisinde toplam 7 kez paylaşımın yapıldığı tespit edilmiştir.

3.2. ANALİZ VE TABLOLAR

Tez araştırmamızın bu kısmında daha önce incelenenen 2 Facebook, 2 Twitter ve 1 Instagram sayfası olmakla toplam 5 sayfanın analizi yapılmıştır. Sayfaların kullanıcılarının cinsiyet oranları, yaş grupları, takipçilerin yaşadıkları ülkeler, şehirler, aylık süreçte günlük paylaşım sayıları, önceden belirtilen başlıklar çerçevesinde yapılan paylaşımlarla ilgili grafik oluşturulmuş ve elde edilen veriler incelenmiştir.

Ahıskalı Türklerin Takip Ettikleri Sosyal Medya Sayfalarının Cinsiyete Göre Genel Analizi:

Ahıska Türklerinin yeni medyada sunumu ile ilgili yapılan araştırma sonucu Ahıskalılar arasında kadınların sosyal medyada temsil olunması ile ilgili aşağıdaki grafikte detaylı bilgi verilmektedir:



Şekil 47: Araştırılan 5 Sayfadaki Kadın Takipçilerin Genel Takipçilere Oranla Sayı ve Yüzdeleri

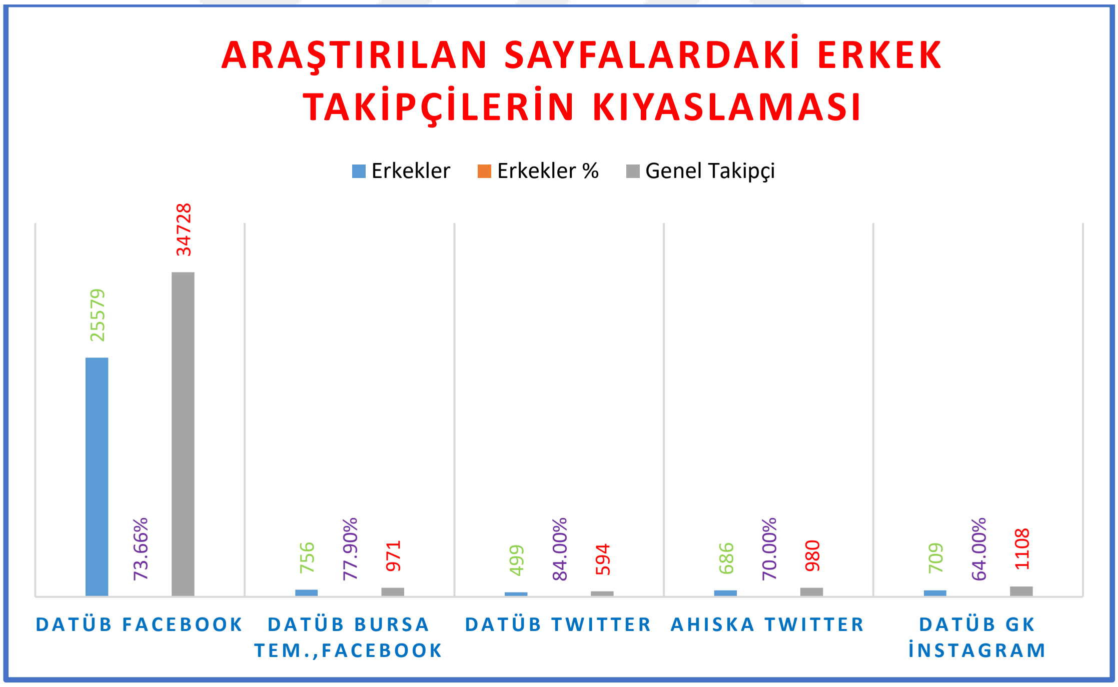
Grafiğe göre, Ahıskalı kadınların Facebook sayfalarında oluşturdukları oranlar neredeyse aynıdır. Şöyle ki, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook ve Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfalarında kadınların yüzdelik göstericileri bir birine yakındır. 34728 kullanıcısı içerisinde 9126 sayı ile DATÜB Facebook sayfasındaki kadın kullanıcısının yüzdelik oranı %26,28'dir. Aynı zamanda DATÜB Bursa İl Temsilciliğinin 971 olan kullanıcı sayısı içerisinde kadınlar 214 kişi ile %22'lik bir orana sahiptirler. Ortada sadece %4,28'lik bir oran farkı mevcuttur.

Grafiğe dikkat ettiğimiz zaman Twitter sayfalarındaki kadın takipçilerin de oranı birbirine yakındır. Şöyle ki, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının 594 olan kullanıcıları içerisinde 95 kişilik sayı ile kadınlar %16'lık bir göstericiye sahiptirler. Ahıska Twitter sayfasında ise toplam 980 takipçi içerisinde kadınlar 194 sayı ile %19,8'lik oranı oluşturmaktadırlar. Her iki Twitter sayfalarını karşılaştırdığımız zaman bu sayfalardaki kadın takipçilerin yüzdelik olarak aynı orana sahip olduklarını görmek mümkündür. Sayfalar arasındaki kadın takipçilerin oranları arasında %3,8'lik bir fark oluşmaktadır.

Ahıskalı Türkler arasında kadın takipçilerin sosyal medyada temsili ile ilgili yapılan bir diğer araştırma ise Instagram sayfası üzerinde olmuştur. Şöyle ki, Dünya Ahıska Türkleri Birliği (DATÜB) Gençlik Kolları (GK) Instagram sayfası üzerinde yapılan inceleme zamanı toplam 1108 olan kullanıcıların arasında kadın takipçilerin sayısının 399 olduğu tespit edilmiştir. Bu da yüzdelik olarak %36'a tekabül etmektedir. Facebook, Twitter gibi sosyal medya sayfaları ile Instagram'ı kıyasladığımız zaman, Instagram'da Ahıskalı kadınların daha çok temsil edildiğini söyleyebiliriz. Diğer sosyal medya sayfalarında %30'a yaklaşmayan kadın takipçilerin sayısı Instagram sayfasında %40'a yaklaşmaktadır. Tekrarlayacak olursak, sosyal medya üzerinde yapılan araştırmada ve 5 sosyal medya sayfasının incelemesinde Ahıskalı kadınların Instagram'da daha fazla kendilerine yer bulduğunu, kendilerini daha iyi ifade edebildiklerini söylemek gerekmektedir. Instagram'la ilgili bilgi verirken oluşturulan kimliğin markalaştırılmasında, reklam ürünü kimlik türünün ortaya çıkarılmasında Instagram'ın büyük rolü olduğunu vurgulamıştık. Yapılan araştırmadan elde edilen sonuca göre, Ahıskalı kadınlar kimliklerinin hem iyi kamufle olunması, hem de kimliğin daha rahat bir şekilde oluşturulması açısından Instagram'ı daha çok tercih etmektedirler.

Yapılan araştırmalar sonucu elde edilen bilgilere esasen, Ahıskalı kadınlar Facebook, Twitter ve Instagram'da erkeklerden daha fazla kullanıcı oranına sahip değildirler. Belirtilen sosyal medya araçlarından hiç birinde Ahıskalı kadınların kullanıcılık oranı %50'nin üzerine çıkmamaktadır. Bu veriler Ahıskalıların genel olarak kullandıkları sosyal medya araçları için geçerlidir. Özel sayfalar için bu verilerin geçerli olmayacağını ifade etmek gerekmektedir. Örneğin, Ahıskalı toplumun kültürü içerisinde kadınlara has olan bir gelenek veya ürünlerin sergisi yapılan sayfalarda farklı göstergeler elde etmek mümkündür. Ahıskalı Kadınlar, Ahıskalı Gelinler isminde kurulmuş olan veya ileride kurulacak sayfalarda bu verilerin değişik çıkabileceğini belirtmek gerekmektedir.

Araştırmamızın bu kısmında ise, Ahıskalı Türkleri içerisinde sosyal medya kullanıcısı olan erkeklerin genel takipçiler içerisindeki yerini inceleyeceğiz. Aşağıda verilen grafikte erkek takipçilerin incelenen 5 sosyal medya sayfası içerisindeki oranı sunulmaktadır:



Şekil 48: Araştırılan 5 Sayfadaki Erkek Takipçilerin Genel Takipçilere Oranla Sayı ve Yüzdeleri

Ahıskalı Türkler arasında sosyal medya kullanan erkeklerin genel takipçiye kıyasla oranına dikkat ettiğimiz zaman farklı sosyal medya sayfalarında farklı verilerin olduğu tespit edilmektedir. Grafiğe dikkat ettiğimiz zaman, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook ve DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfalarının her ikisinde kullanıcı oranının %70'in üzerinde olduğunu görmekteyiz. Dünya Ahıska Türkleri

Birliği Facebook sayfasının erkek takipçi sayısı 34728 olan genel kullanıcıya karşın 25579 olmakla, genel takipçi üzerinde %73,66'lük göstergeye sahiptir. DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının genel takipçilerinin sayısı ise 971'tir. Bunlar içerisinden 756 kişi erkek kullanıcılarıdır. Bu da yüzdelik olarak % 77,9'a tekabül etmektedir.

Yukarıdaki verilere dikkat ettiğimiz zaman araştırılan iki Facebook sayfası içerisinde Ahıskalı erkek takipçilerin yüzdelik oranları birbirine yakındır. Aralarında %4,24 oranında bir fark mevcuttur. Facebook sayfaları araştırılırken farklı kuruluşlar adına açılan sayfaların da bu incelenen sayfaları takip ettiği görülmektedir. Bunlar *özel cinsiyet* kategorisine yerleştirilmiştir. *Özel cinsiyet* kategorisinde olan sayı yüzdelik olarak verilere etki göstermediğinden grafiklerde yerini almamıştır. Bu nedenle analiz için özel cinsiyet verileri kullanılmamıştır.

Aynı zamanda araştırmamızda Dünya Ahıska Türkleri Birliği ve Ahıska Twitter sayfalarının erkek kullanıcı oranı da araştırılmıştır. Grafiğe esasen Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfasının 594 olan kullanıcı sayısı içerisinde 499 olan erkek kullanıcılar %84'lük bir orana sahiptirler. Ahıska Twitter sayfasının 980 olan toplam kullanıcı içerisinde yer alan 686 erkek takipçi ise genel takipçilerin yüzde %70'lik oranını kapsamaktadır.

Facebook sayfalarından farklı olarak incelenen iki Twitter sayfasındaki erkek takipçi oranında büyük fark mevcuttur. DATÜB Twitter sayfasının erkek kullanıcı yüzdesi %84 iken, Ahıska Twitter sayfasının erkek kullanıcı yüzdesi bu göstericiden %14 daha azdır. Bunun nedeni ise Ahıska Twitter sayfası içerisinde kuruluşlar adına açılan profillerde cinsiyet gösterilmemesi ve bunların *özel cinsiyet* içerisine alınmasıdır. Özel cinsiyet oranı genel takipçi yüzdesi ile kıyaslandığında büyük etkiye sahip rakamlar göstermektedir. Bu da erkek ve kadın takipçiler arasında büyük oran farkına neden olmaktadır. Ahıska Twitter sayfasının özel cinsiyet kategorisindeki takipçi sayısı 100 kişi olmakla, %10,20'lik bir göstergeye de sahiptir.

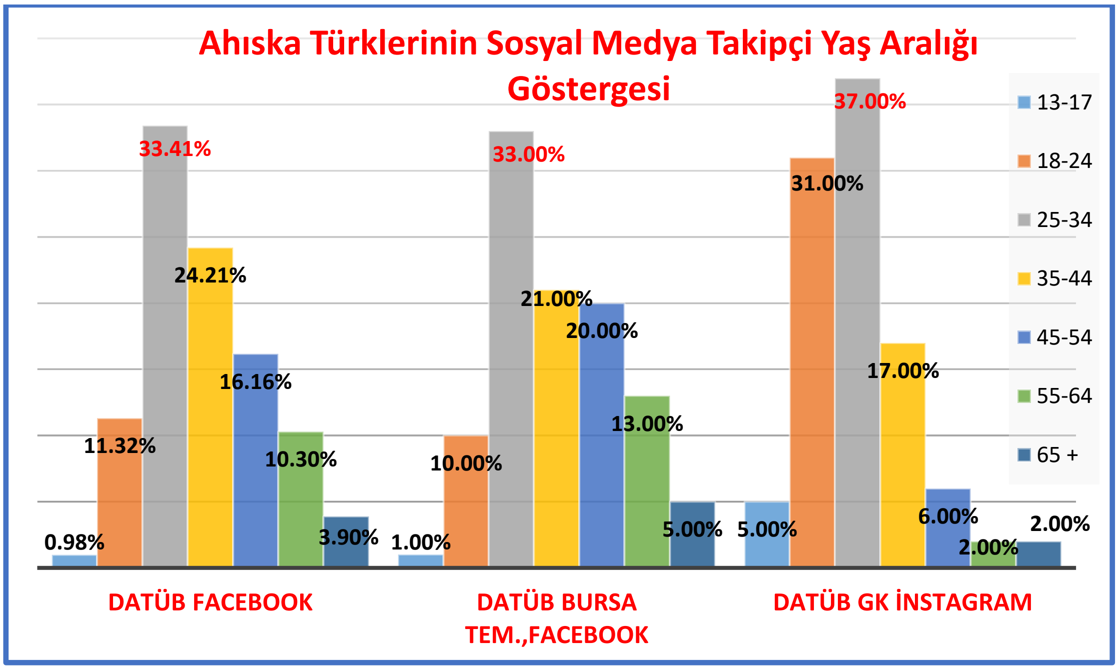
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasının kullanıcıları arasında erkek kullanıcı oranında dikkat ettiğimiz zaman, erkek takipçilerin %64 orana sahip olduklarını görebiliriz. Bu da sayı olarak toplam 1108 olan kullanıcı içerisinde 709'a tekabül etmektedir. Sosyal medya sayfalarının erkek takipçi oranının Facebook ve Twıtter'de %70'in üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Sadece DATÜB Gençlik Kolları

sayfasında erkek kullanıcıların oranı %64'tür. Bu sayfanın kadın takipçileri diğer sayfalarla kıyaslandığı zaman daha fazla takipçi oranına sahiptir.

Yukarıda belirtildiği gibi, bu oranlar sadece incelenen sosyal medya sayfaları için geçerlidir. Bunun dışında bu verilerin diğer ortak sosyal medya sayfalarında da aynı olabileceği gözlemlenmektedir. Sadece cinsiyete göre özel kurulan sayfalarda farklılık gösterebileceği öngörülmektedir.

Yaş Gruplarına Göre Ahıskalı Türklerin Sosyal Medya Kullanım Göstergesi:

Ahıska Türklerinin kullandıkları 5 sosyal medya sayfası üzerinde yapılan araştırmada 13-17, 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 ve 65 + yaş aralıklarındaki Ahıskalı Türklerin yeni medya kullanım oranları incelenmiştir. İnceleme sonucunda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter ve Ahıska Twitter sayfalarında belirtilen yaş aralıklarında takipçi oranları verilerine ulaşılmadığından grafikte gösterilmemektedir. Önceden belirtildiği gibi Ahıska Twitter sayfası yöneticisinden verilerle ilgili bilgi elde edilememiş, DATÜB Twitter sayfasından elde edilen verilerde ise yaş aralıklarına göre kullanım olanakları belirtilmemiştir. Kısacası Facebook ve Instagram sayfalarında olduğu gibi Twitter'de yaş aralıklarına göre takipçi oranları elde edilememiştir. Araştırma yapılan Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa İl Temsilciliği Facebook ve Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfalarında belirtilen yaş aralıklarındaki takipçi oranlarını ise aşağıdaki grafikten detaylı öğrenmek mümkündür:



Şekil 49: Yaş Gruplarına Göre Ahıskalı Türklerin Sosyal Medya Kullanım Göstergesi

Grafiğe esasen 13-17 yaş aralığındaki Ahıskalı takipçilerin sayfalar üzerindeki kullanıcı oranları Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasında %0,98, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa Temsilciliği Facebook sayfasında %1'e tekabül etmektedir. Sayfalar içerisinde DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasında ise bu gösterici %5'tir. Bu da Ahıskalılar arasında ergen yaşlarındaki takipçilerin Instagram'ı diğer sosyal medya sayfalarına kıyasla daha fazla kullandığını göstermektedir. Facebook sayfalarındaki göstericilerde %1 civarında takipçi görülürken, Instagram sayfasında ise bu yaştaki takipçi oranı 5 kat daha fazladır. Facebook sayfalarında 13-17 yaş aralığındaki takipçi oranı genel yaş oranı ile kıyaslandığında 13-17 yaş en düşük takipçi oranına sahip olmuştur. Fakat Instagram'da 13-17 yaş aralığı üçüncü en az takipçi oranına sahiptir.

18-24 yaşlar arasındaki Ahıskalı takipçilerin Facebook ve Instagram sayfalarını kullanma oranına dikkat ettiğimiz zaman farklı göstericilerin olduğunu görmekteyiz. Şöyle ki, 7 yaş aralığında yapılan incelemede 18-24 yaşları arasındaki Ahıskalı takipçilerin DATÜB Facebook sayfasını kullanım oranı %11,32'dir. Bu gösterge ile DATÜB Facebook sayfasında 18-24 yaş aralığındaki kullanıcılar dördüncü en fazla takipçi sırasına sahiptir. DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasının 18-24 yaş aralığındaki takipçi oranı ise genel takipçilerin %10'na tekabül etmektedir. Sayfada ifade edilen yaş aralığındaki takipçiler 7 yaş aralığı içerisinde beşinci yere sahiptir. Instagram sayfasında ise bu gösterge farklıdır ve bu yaş grubundaki takipçilerin göstergesi çok yüksektir. Şöyle ki, 18-24 yaş aralığındaki takipçilerin sayfadaki diğer yaş aralığındaki kullanıcılara oranla göstergesi %31'dir. Bu da incelenen 7 yaş aralığı içerisinde en fazla takipçiye sahip ikinci yaş aralığıdır.

25-34 yaş aralığındaki Ahıskalı sosyal medya takipçileri ile ilgili yapılan araştırmada da benzer veriler elde edilmiştir. Şöyle ki, incelenen her 3 sayfa içerisinde en fazla takipçiye sahip olan yaş aralığı 25-34 görülmektedir. DATÜB Facebook sayfasının sayfasında bu yaş aralığındaki takipçilerin oluşturduğu oran %33,41'dir. Bu gösterge ile sayfada 25-34 yaş aralığındaki takipçiler en fazla orana sahiptirler. DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasında da aynı durumu görmekteyiz. Belirtilen yaş aralığındaki takipçilerin genel kullanıcılara kıyasla sergilediği oranı %33 olmakla, burada da en fazla takipçiye sahip yaş aralığı sahiptir. DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasında da en fazla takipçiye sahip yaş aralığı 25-34'tür. Bu yaş

aralığındaki takipçiler %37'lik orana sahiptir. Genel olarak 25-34 yaş aralığındaki takipçilerin sayfalardaki genel takipçiler üzerindeki etkisine dikkat ettiğimiz zaman, bu yaş aralığındaki kişilerin tüm sayfa takipçilerinin 1/3'ni oluşturduğunu görmekteyiz.

Facebook ve Instagram sayfalarında araştırılan yaş aralıklarından biri de 35-44 yaş aralığındaki takipçilerdir. DATÜB Facebook sayfasında bu yaş aralığındaki takipçiler %24,21 orana sahiptir. Bu gösterici ile bu yaş aralığındaki takipçiler sayfanın genel takipçileri arasında ikinci yerde durmaktadır. DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasında ise 35-44 yaş aralığındaki takipçiler %21 orana sahiptir. Bu sayfada da 35-44 yaş aralığındaki takipçiler genel sayfa kullanıcıları arasında ikinci yerde durmaktadır. Facebook sayfalarından farklı olarak 35-44 yaş aralığındaki takipçiler genel kullanıcılar arasında üçüncü en fazla sayfa takipçisi oranına sahiptirler. Sayfadaki bu yaş aralığındaki takipçiler genel takipçilere arasında %17'lik takipçi oranına sahiptirler.

45-54 yaş aralığındaki Ahıskalı sosyal medya kullanıcılarının istatistiğine dikkat ettiğimiz zamanı Facebook ve Instagram sayfalarında farklı verilerin olduğunu görmekteyiz. Şöyle ki, DATÜB Facebook sayfasında bu yaş aralığındaki kişilerin takip oranı %16,16'dır. Bu oranla sayfadaki incelenen 7 yaş aralığı içerisinde üçüncü yere sahiptir. DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasında ise 45-54 yaş aralığındaki takipçiler %20'lik bir orana sahiptirler. Bu sayfada da incelenen yaş aralıkları içerisinde üçüncü yere sahiptirler. Instagram sayfasında ise Facebook sayfalarından farklı olarak 45-54 yaş aralığındaki takipçiler genel sayfa takipçileri arasında dördüncü yere sahiptirler. Bu sayfada 45-54 yaş aralığındaki takipçiler %6'lık göstergeye sahiptir.

Facebook ve Instagram sayfaları üzerinde belirli yaşlar çerçevesinde yapılan incelemede farklı neticeler elde edilmektedir. Yapılan araştırma zamanı 55-64 yaş aralığındaki takipçilerin DATÜB Facebook sayfasında %10,30'luk bir orana sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu oranla 55-64 yaş aralığındaki takipçiler sayfada beşinci sırada yerleşmektedir. DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasında yapılan araştırma zamanı 55-64 yaş aralığındaki kullanıcıları genel kullanıcı oranı ile kıyasladığımızda ise %13'lük bir göstergeyi tespit etmek mümkündür. Bu oranla 55-64 yaş aralığındaki takipçiler sayfadaki kullanıcılar sıralamasında dördüncü yerde durmaktadır. Bu yaş aralığındaki takipçilerin DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasında oluşturduğu gösterge Facebook sayfalarından farklıdır. 55-64 yaş aralığındaki takipçiler sayfanın en az kullanıcı oranlarından birini oluşturmaktadır.

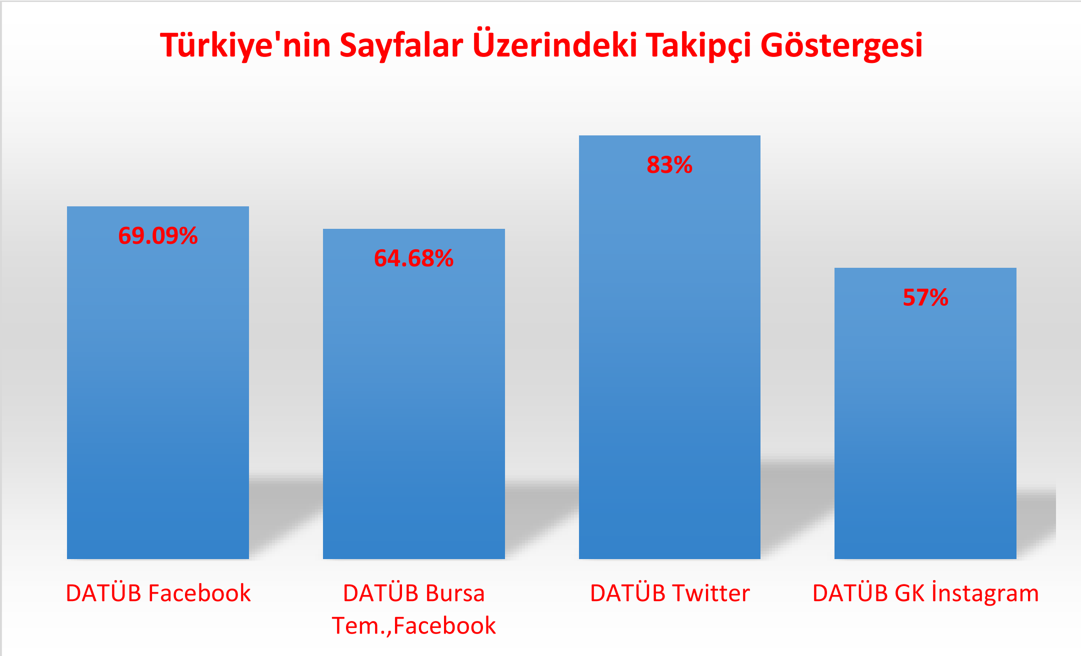
%2’lik bir orana sahip olan bu yaş aralığındaki takipçiler 65 yaş üstü takipçilerle birlikte sonuncu sırada yerleşmektedir.

7 yaş aralığında yapılan incelemede sonuncu yaş grubu içerisinde yer alan 65 yaş üstü takipçilerin sayfada oluşturduğu oran ise Facebook ve Twitter’de farklı göstergelere sahiptir. Yapılan inceleme zamanı DATÜB Facebook sayfasında 65 yaş üstü olan takipçiler genel kullanıcıların %3,90’nı oluşturmaktadır. Bu gösterge ile 65 yaş üstü kişiler yaş aralıkları içerisinde altıncı sırada yerleşmektedir. DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasında da aynı durum mevcuttur. Şöyle ki, 65 yaş üstü takipçiler %5 orana sahip olmakla incelenen yaş aralıkları içerisinde altıncı sırada yerleşmektedir. Yaş aralıkları ile ilgili oranlarda Facebook sayfalarından farklı oranlar sergileyen Instagram sayfası ise 65 yaş üstü grubunda da farklı veriye sahiptir. Bu yaş aralığındaki sayfa takipçilerinin oranı genel kullanıcılar içerisinde %2’lik bir göstergeye sahiptir. Bu gösterge ile 65 yaş üstü takipçiler yaş sıralamasında sonuncu sırada yerleşmektedir.

Grafikte yer alan verilere dikkat ettiğimiz zaman hem Facebook, hem de Instagram sayfalarında en fazla takipçi sayısına sahip olan yaş aralığının 25-34 olduğu tespit edilmiştir. Facebook sayfalarında en az takipçiye sahip olan yaş aralığı 13-17 olsa da, Instagram sayfasında bu yaş aralığı 55-64 ve 65 yaş üstüdür.

İncelenen Sayfaları En Çok ve En Az Takip Eden Ülkelerin Göstergesi:

Tez araştırması zamanı Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfası, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Bursa Temsilciliği Facebook sayfası, Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter sayfası, Ahıska Twitter sayfası ve Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfalarının en fazla ve en az takipçisi olan ülkelerin verileri elde edilmeye çalışılmıştır. Fakat bu sayfalar içerisinden Ahıska Twitter sayfasından veri elde edilemediğinden araştırmamızın bu kısmında Ahıska Twitter sayfası ile ilgili bilgilere yer verilmemektedir. Bu sayfa dışında diğer 4 sayfanın takipçi ülkelerinin göstergelerini aşağıdaki grafikte detaylı öğrenmek mümkündür:

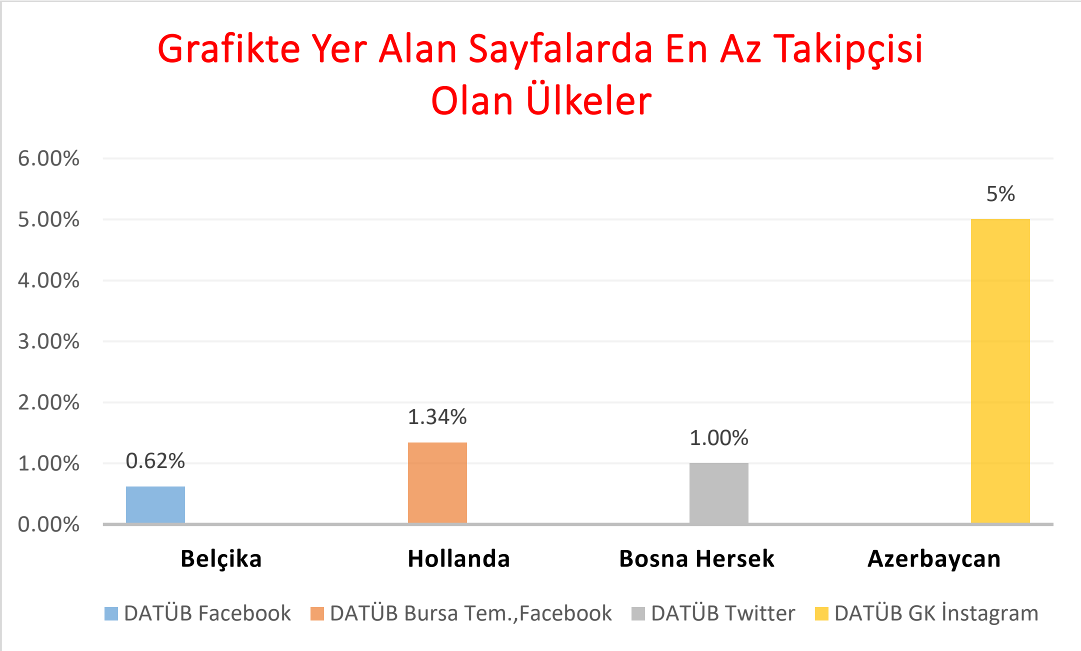


Şekil 50: Türkiye'nin Sayfalar Üzerindeki Takipçi Göstergesi

Araştırmaya esasen grafikte gösterilen 4 sayfanın hepsinde en fazla takipçisi bulunan ülke Türkiye'dir. DATÜB Facebook sayfasında Türkiye'den olan takipçi oranı %69,09'dur. DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasının Türkiye'den olan takipçi oranı ise %64,68'dir. İncelenen sayfalar içerisinde yer alan DATÜB Twitter sayfasının Türkiye'den olan takipçi oranı ise %83 olarak gösterilmektedir. DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasının en fazla takipçisine sahip ülkesi olan Türkiye'nin göstergesi %57'dir.

Sıralamaya dikkat ettiğimiz zaman DATÜB Twitter sayfasında Türkiye'den olan Ahıskalı takipçi oranı ilk sırada yerleşmektedir. İkinci sırada %69,09 oranı ile DATÜB Facebook sayfası gelmektedir. İncelenen dört sayfa içerisinde Türkiye'den olan takipçilerin en fazla oranına sahip üçüncü sayfası ise DATÜB Bursa Temsilciliği sayfasıdır. Listenin sonunda ise DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfası gelmektedir. Kısaca ifade etmek gerekirse, Türkiye'nin en fazla takipçi oranına sahip olduğu dört ülke içerisinde DATÜB Twitter sayfası %83 oranla liderliği elinde tutmaktadır. En az takipçi oranına sahip olan sayfa ise DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasıdır.

Şimdi ise araştırılan sayfalar içerisinde en az takipçiye sahip olan ülkelerin grafikteki göstergesine dikkat edelim:

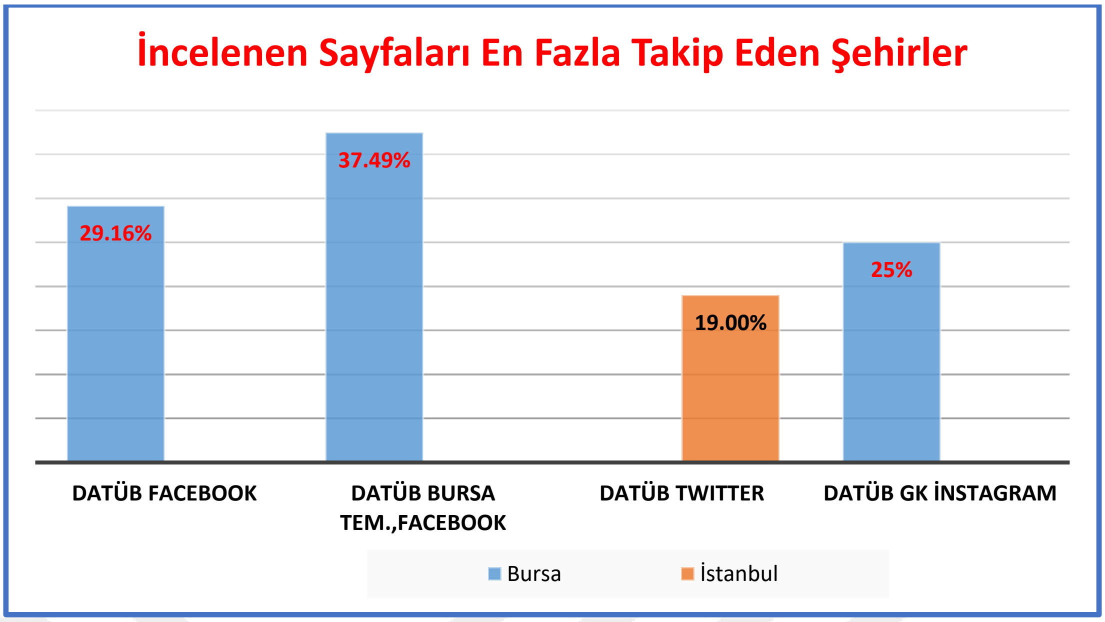


Şekil 51: Türkiye En Az Takipçi Oranına Sahip Ülke Olarak Sayfalar Üzerinde Göstergesi

Grafiğe dikkat ettiğimiz zaman Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfasının en az takipçisinin olduğu ülke Belçika'dır. Belçika'dan DATÜB Facebook sayfasını takip edenlerin yüzlük oranı %0,62'dir. Bu gösterge grafiğe yansıyan orandır ve bu oranın daha düşüğünde olan ülkeler ise grafikte yer almamaktadır. DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasının en az takipçisi olan ülke ise Hollanda'dır. Bu ülkeden sayfayı %1,34 oranında kişi takip etmektedir. Yine grafiğe bakarsak DATÜB Twitter sayfasının en az takipçisi olan ülke Bosna Hersek'tir. Bu ülkeden sayfayı takip edenlerin oranı %1'dir. Son olarak DATÜB Gençlik Kolları İnstagram sayfasının en az takipçisi olan ülkeye dikkat edelim. Sayfanın en az takipçisine sahip ülkesi Azerbaycan'dır. Bu ülkeden sayfayı takip edenlerin genel kullanıcılara kıyasla oranı %5'e tekabül etmektedir.

İncelenen Sayfaları En Çok ve En Az Takip Eden Şehirlerin Göstergesi:

Tez araştırması zamanı incelenen 4 sayfa içerisinde en fazla ve en az takipçi sayısına sahip şehirler tespit edilerek grafiğe dâhil edilmiştir. Genel olarak sayfalara dikkat ettiğimiz zaman DATÜB Facebook, DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook ve DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfalarının her üçünde Bursa'nın en fazla takipçiye sahip şehir olduğu görülmektedir. Sadece bir sayfada ise en fazla takipçi oranına sahip şehir İstanbul'dur. Sayfaların en fazla şehir takipçilerinin oranı aşağıdaki grafikte detaylı olarak verilmektedir:



Şekil 52: En Fazla Takipçi Oranına Sahip Şehirlerin Sayfalar Üzerinde Göstergesi

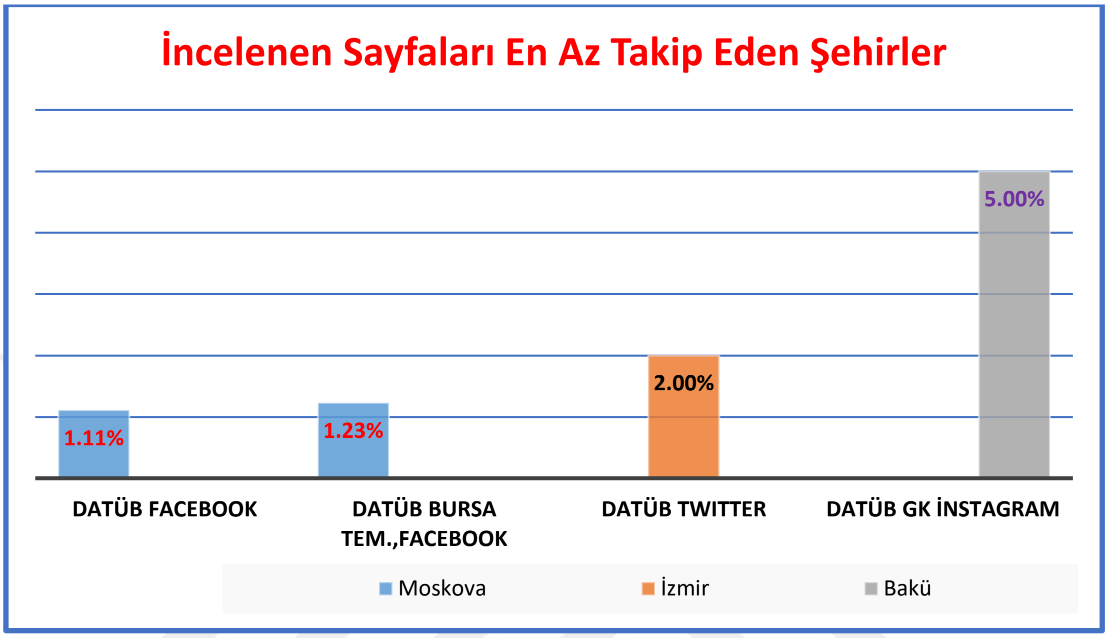
Takipçilerin sayfalar üzerinde oluşturduğu oranlara baktığımız zaman DATÜB Facebook sayfasında Bursa'dan olan takipçi sayısının %29,16 olduğu görülmektedir. DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasında ise Bursa'dan olan takipçi oranı %37,49'dur. Araştırma yapılan DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasının Bursa'dan olan takipçi oranı %25'e tekabül etmektedir. İncelenen sayfalar içerisinde yer alan DATÜB Twitter sayfasında ise en fazla takipçisi olan şehir İstanbul'dur. Bu şehirdeki takipçilerin oranı diğer şehirlere göre %19'dur.

Araştırma zamanı DATÜB Facebook, DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook ve DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfalarında en fazla takipçinin Bursa'dan olduğu tespit edilmiştir. DATÜB Twitter sayfasında en fazla takipçi şehri ise İstanbul'dur. Bu şehir sayfa takipçileri içerisinde %19'luk oranla ilk sırayı tutmaktadır. Araştırılan sayfalarda Bursa'nın oluşturduğu oranlara dikkat ettiğimiz zaman DATÜB Facebook sayfasında göstergesi %29,16'dır. DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasında Bursa'dan olan takipçilerin oranı %37,49'dur.

Grafiğe esasen sayfalarda en fazla takipçi göstergesine sahip olan Bursa ve İstanbul'un yüzdelik olarak daha fazla orana sahip olduğu sayfa ise DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasıdır. Şöyle ki, bu sayfadaki %37,49 oranı gibi yüksek göstergeye diğer sayfalarda rastlanmamaktadır. Bunun nedeni ise bu sayfanın Bursa'daki Ahıskalılar için yerel sayfa olarak oluşturulmasıdır. Bursa'nın en az takipçi

oranına sahip olduğu ikinci sayfa ise %29,16’lık gösterge ile DATÜB Facebook sayfasıdır.

Aşağıdaki tabloda ise Ahıskalı Türklerin kullandığı 4 sayfa içerisinde en az takipçi sayısına sahip şehirler sergilenmektedir:



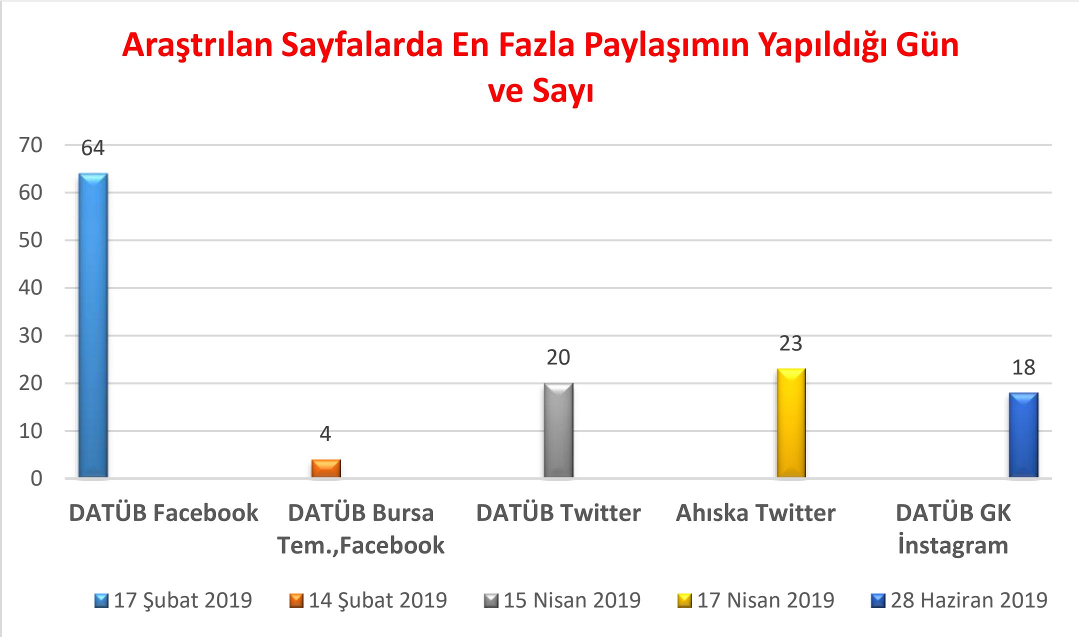
Şekil 53: En Az Takipçi Oranına Sahip Şehirlerin Sayfalar Üzerindeki Göstergesi

Grafiğe esasen araştırılan 4 sayfa içerisinde Moskova, İzmir ve Bakü en az takipçiye sahip şehirlerdir. Moskova, DATÜB Facebook ve DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfalarında, İzmir DATÜB Twitter sayfasında, Bakü ise DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasında en az takipçiye sahip şehirler olarak gösterilmektedir. DATÜB Facebook sayfasında Moskova’dan olan takipçi oranı %1,11, DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasında da en az takipçiye sahip olan Moskova’daki takipçi oranı %1,23’e tekabül etmektedir. DATÜB Twitter sayfasında en az takipçiye sahip şehir olan İzmir’de %2 oranında sayfa kullanıcısı mevcuttur. DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasının en az takipçi sayısına sahip olan şehri Bakü’nün sayfadaki oranı ise %5’tir.

İncelenen Sayfalarda En Fazla Paylaşımın Yapıldığı Gün ve Sayı:

Tez araştırması zamanı DATÜB Facebook, DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook, DATÜB Twitter, Ahıska Twitter ve DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfalarında en fazla paylaşımın yapıldığı günler ve sayısı tespit edilmiştir. Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının

Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının incelendiği sayfalardaki en fazla paylaşım günü ve sayıları aşağıdaki grafikte yer almaktadır:



Şekil 54: Araştırılan Sayfalardaki En Fazla Paylaşım Göstergesi

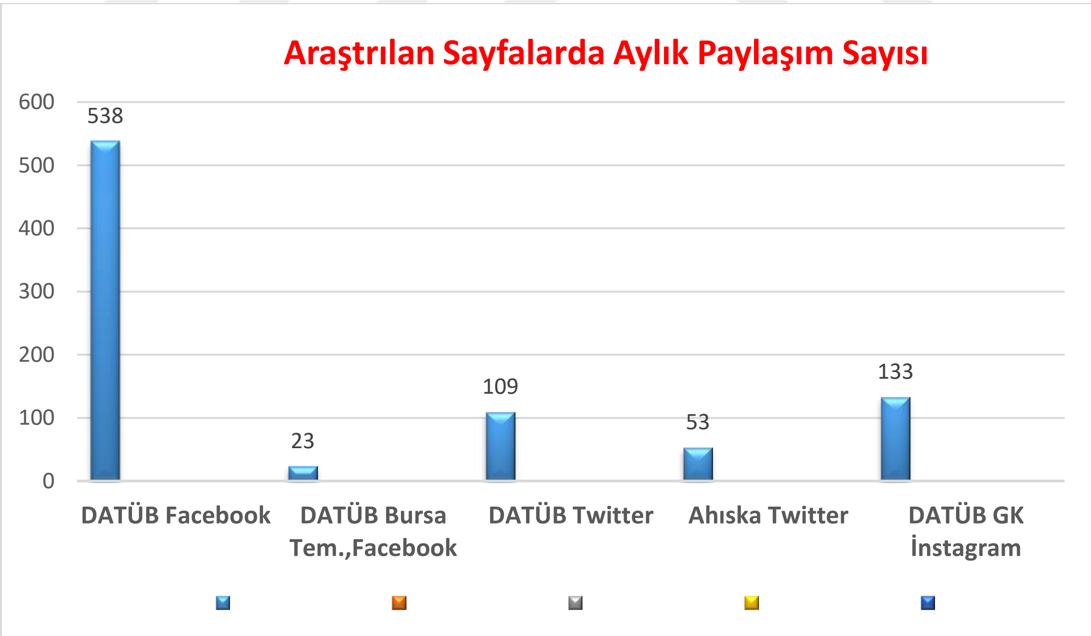
Grafiğe göre Ahıska Türklerinin kullandıkları Facebook, Twitter ve Instagram sayfalarında farklı günlerde yapılan paylaşımlar en yüksek noktalara çıkmıştır. DATÜB Facebook sayfasında 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımların sayısı 64'e çıkmış, bu gösterge incelenen 1 aylık süreç içerisinde yapılan toplam 538 paylaşımın içerisinde en fazla paylaşım olmuştur. Araştırmada günlük paylaşım sayısı değil, Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum konularının günlük paylaşımlarda kaç kez geçtiğine bakılmıştır.

DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasında ise en fazla paylaşımın yapıldığı gün 14 Şubat 2019 tarihi olmuştur. Bu tarihte 4 kez paylaşım yapılmıştır. Toplamda bir aylık süre içerisinde 23 kez paylaşımın yapıldığı sayfada bir günde 4 kez paylaşımın yapılması yüksek gösterge olarak kayda geçmiştir. DATÜB Twitter sayfasında verilen konu başlıkları ile ilgili en fazla paylaşımın yapıldığı gün 15 Nisan 2019 tarihi olmuştur. 1-30 Nisan 2019 tarihleri arasında yapılan araştırma zamanı 15 Nisan tarihinde 20 kez paylaşımın yapıldığı görülmüştür. Ahıska Twitter sayfasının da

1-30 Nisan tarihleri arası paylaşımları araştırılmış, en fazla paylaşım yapılan günün 17 Nisan 2019 tarihi olduğu tespit edilmiştir. Bu tarihte sayfada 23 kez incelenen başlıklar çerçevesinde paylaşımın yapıldığı görülmüştür. DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasının ise 1-30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki paylaşımları araştırılmıştır. Sayfada en fazla paylaşımın yapıldığı günün 28 Haziran olduğu tespit edilmiştir. Sayfada 28 Haziran tarihinde 18 kez paylaşımın yapıldığı tespit edilmiştir.

Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıkları çerçevesinde Ahıskalıların takip ettikleri 5 sosyal medya sayfasında araştırma yapılmış ve bunların içerisinde en fazla günlük paylaşıma sahip sayfanın DATÜB Facebook olduğu tespit edilmiştir. Bu sayfada bir günde 64 paylaşım yapılmıştır. Bu gösterge ile sayfa diğer sayfalar içerisinde en fazla paylaşıma sahip olmuştur. Ahıska Twitter sayfası ise belirlenen konu başlıkları çerçevesinde günlük 24 paylaşım yapmakla ikinci en fazla günlük paylaşım yapan sayfa olmuştur.

Aşağıdaki grafikte ise araştırma yapılan 5 sayfanın aylık paylaşım oranları gösterilmektedir:



Şekil 55: Araştırılan Sayfaların Aylık Paylaşım Göstergesi

Yapılan araştırmada Facebook, Twitter ve Instagram sayfalarında aylık paylaşım sayısı ortaya çıkarılmıştır. Grafiğe göre, DATÜB Facebook sayfasında bir aylık süre içerisinde 538 paylaşım yapılmıştır. DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasında

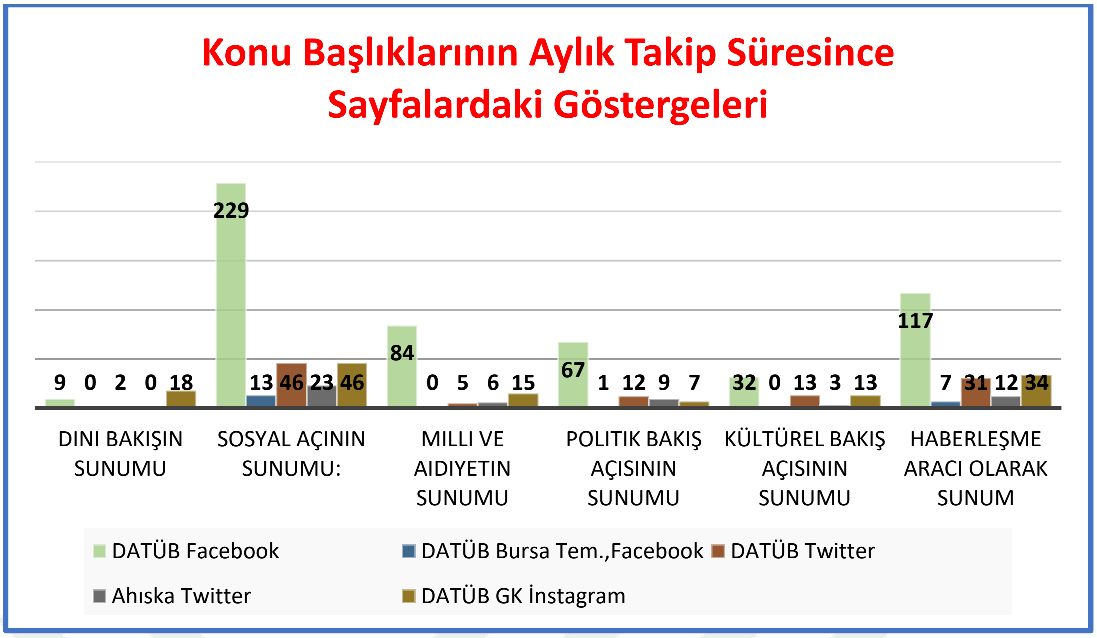
ise bu sayı 23 olarak belirtilmektedir. Bir aylık süre içerisinde 109 kez belirtilen başlıklar çerçevesinde DATÜB Twitter sayfası paylaşım yapmıştır. Ahıska Twitter sayfasında ise bir aylık takip süresince 53 kez araştırılan başlıklar çerçevesinde paylaşımın yapıldığı tespit edilmiştir. Son olarak DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasında bir aylık süre zarfında yapılan paylaşım sayısı 133 olmuştur.

Sosyal medya sayfalarında Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının paylaşımına dikkat ettiğimiz zaman bir aylık süre içerisinde en fazla paylaşım oranına sahip olan sosyal medya sayfasının DATÜB Facebook sayfasının olduğunu görmekteyiz. Bir aylık sürede sayfada 538 kez paylaşıma rastlanmıştır. Sayfalar içerisinde aylık süre zarfında ikinci en fazla paylaşım yapan sayfa ise DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasıdır. Bu sayfada bir aylık süre içerisinde araştırılan başlıklar çerçevesinde 133 kez paylaşım görülmektedir. Araştırılan sayfalar içerisinde bir aylık süre içerisinde en az paylaşım yapılan sayfa ise DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasıdır. Bu sayfada 30 günlük sürede belirtilen başlıklar çerçevesinde 23 kez paylaşıma rastlanmaktadır.

Paylaşımların az veya çok yapılmasının sayfadaki takipçi sayısıyla ilişkisi olmadığı görülmektedir. DATÜB Facebook sayfasında 34728 takipçi mevcut ve 538, DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook sayfasında 971 takipçi mevcut ve 23, DATÜB Twıtter sayfasında 594 takipçi mevcut ve 109, Ahıska Twıtter sayfasında 980 takipçi mevcut ve 53, DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 1108 takipçi mevcut ve 133 kez paylaşım yapılmıştır. Sayfalardaki takipçi sayısı ile paylaşım oranlarına dikkat ettiğimiz zaman takipçi sayısı ile paylaşım sayısı arasında ilişki olmadığı görülmektedir. Aylık paylaşım daha çok yöneticinin günlük sayfayı aktif tutması ile ilgilidir.

Araştırılan Konu Başlıklarının Aylık Takip Süresince Sayfalardaki Göstergeleri:

Tez araştırmasında son olarak Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının sayfalarda bir aylık süre içerisinde paylaşım göstergeleri incelenmiştir. Elde edilen bilgiler aşağıdaki grafikte detaylı olarak gösterilmektedir:



Şekil 56: Bir Aylık Takip Sonucu Belirlenen Başlıklar Çerçevesinde Sayfalarda Elde Edilen Veriler

Grafiğe esasen Ahıskalı Türklerin kullandıkları 5 sosyal medya sayfalarında önceden belirlenen başlıkların bir aylık takibi sonucu farklı göstergeler elde edilmiştir. *Dini Bakışın Sunumu* başlığı altında en fazla paylaşım yapan sayfanın DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfası olduğu tespit edilmiştir. Bu başlık altında tüm sayfaların toplam paylaşım oranı 29 iken, sadece DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfası bu başlık altında 18 kez paylaşım yapmıştır. Bu başlık altında ikinci en fazla paylaşım yapan sayfa ise DATÜB Facebook sayfasıdır ve 9 kez paylaşım yaptığı görülmektedir. Dini Bakışın Sunumu başlığı altında hiç paylaşım yapmayan sayfalar ise DATÜB Bursa İl Temsilciliği ve Ahıska Twitter sayfalarıdır. İfade edilen göstergeler 1 aylık süre içerisinde yapılan araştırma sonucu elde edilmiştir. Araştırma dönemi öncesi ve sonrası bu başlık altında paylaşım yapılmadığı görülmektedir.

Sosyal Açının Sunumu başlığı altında yapılan araştırmada ise DATÜB Facebook sayfasının bu konuya daha önem verdiği görülmektedir. Sayfada 1 aylık süre içerisinde 229 kez bu konu ile ilgili paylaşım yapılmış, içerikler yayınlanmıştır. Bu konu ile ilgili ikinci en fazla paylaşım yapan iki sayfa mevcuttur. Bunlardan biri DATÜB Twitter sayfası, diğeri ise DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasıdır. Her iki sayfa aylık süre içerisinde 46 kez Sosyal Açının Sunumu ile ilgili paylaşım yapmıştır. Bu konu ile ilgili en az paylaşım yapan sayfa ise DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasıdır. Sayfada bir aylık süre içerisinde 13 kez paylaşıma rastlanmaktadır.

Tez araştırması zamanı Ahıskalı Türklerin kullandıkları sosyal medya sayfaları içerisinde *Milli ve Aidiyet Duygusunun Sunumu* konusu ile ilgili de inceleme gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, bu konu ile ilgili en fazla paylaşım yapan sayfa DATÜB Facebook sayfası olmuştur. Sayfada bir aylık süre içerisinde konu ile ilgili olarak 84 kez paylaşıma rastlanmaktadır. İkinci en fazla paylaşım yapan sayfa ise DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfası olmuştur. Bu sayfada *Milli ve Aidiyet Duygusunun Sunumu* konusu ile ilgili olarak 15 kez paylaşım yapılmıştır. Araştırmada aynı zamanda konu ile ilgili bir aylık süre zarfında hiç paylaşım yapmayan sayfa da mevcuttur. DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfası 30 günlük süre içerisinde hiçbir paylaşım yapmamıştır.

Araştırılan konu başlıklarından bir diğeri ise *Politik Bakışın Sunumudur*. Bir aylık süreçte incelenen sayfada bu başlık altında en fazla paylaşım yapan DATÜB Facebook sayfası olmuştur. Sayfada konuyla ilgili 67 kez paylaşıma rastlanmaktadır. *Politik Bakışın Sunumu* başlığı ile ilgili ikinci en fazla paylaşım yapan sosyal medya sayfası DATÜB Twitter sayfası olmuştur. Bu sayfanın 30 günlük takibinde konuyla ilgili olarak 12 kez paylaşımın yapıldığı görülmektedir. Politik Bakış Açısının Sunumu başlığı ile ilgili en az paylaşım yapan sayfa ise DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasıdır. Sayfada 30 günlük süre zarfında sadece bir kez paylaşıma rastlanmaktadır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi başlığı ise incelenen 5 sayfa içerisinde araştırma yapılan bir diğer konudur. Araştırma zamanı konu ile ilgili en fazla paylaşım yapan sayfanın yine DATÜB Facebook sayfası olduğu görülmektedir. Sayfada bu konu ile ilgili 32 kez paylaşım yapılmıştır. *Kültürel Bakışın Sergilenmesi* konusu ile ilgili en fazla ikinci paylaşım yapan sayfalar ise DATÜB Twitter ve DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfalarıdır. Her iki sayfada 30 günlük takip süresince 13 kez paylaşım yapılmıştır. Konuyla ilgili DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasında ise her hangi paylaşıma rastlanmamaktadır.

Tez araştırması zamanı sosyal medya sayfaları içerisinde takip edilen bir diğer konu ise *Haberleşme Aracı Olarak Kullanım* konusudur. Bu başlık altında sayfalardaki paylaşımlarda iletişim kurma, haber alma konusunda kullanımlar araştırılmıştır. Konuyla ilgili en fazla paylaşım yapan sayfa yine DATÜB Facebook sayfası olmuştur. Araştırılan süre içerisinde sayfada 117 kez bu konuyla ilgili paylaşımın yapıldığı tespit edilmiştir. Konuyla ilgili en fazla paylaşım yapan ikinci sayfa ise DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfası olmuştur. Sayfada 30 günlük araştırma süresinde 34 kez

paylaşım yapılmıştır. Haberleşme Aracı Olarak Sunum konusu ile ilgili en az paylaşım yapan sayfa ise DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfası olmuştur. Sayfada araştırılan süreç içerisinde toplamda 7 kez paylaşıma rastlanmaktadır.

Konularla ilgili sayfalarda yapılan paylaşımlara dikkat ettiğimiz zaman, sadece Dini Bakışın Sunumu konusunda DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasının diğer sayfalar içerisinde en fazla paylaşım yapan sosyal medya sayfası olduğu tespit edilmiştir. *Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyet Duygusunun Sunumu, Politik Bakışın Sunumu, Kültürel Bakışın Sergilenmesi* ve son olarak *Haberleşme Aracı Olarak Kullanım* başlıklarının hepsinde DATÜB Facebook sayfası en fazla paylaşım yapan sosyal medya sayfası olmuştur. DATÜB Bursa Temsilciliği ise *Dini Bakışın Sunumu, Milli ve Aidiyet Duygusunun Sunumu, Kültürel Bakışın Sergilenmesi* gibi konularda her hangi paylaşım yapmamakla, birçok konuda pasif kalmıştır. DATÜB Facebook sayfası *Sosyal Açının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Kullanım* başlıklarının her ikisinde diğer başlıklardan ve sayfalardan daha fazla paylaşıma sahip olmuştur. Şöyle ki, *Sosyal Açının Sunumu* konusu ile ilgili 229, *Haberleşme Aracı Olarak Kullanım* başlığı altında ise 117 kez paylaşıma sahiptir.

Ahıskalı Türklerin Takip Ettikleri Sosyal Medya Sayfalarının Analizinin Genel Göstergesi:

Tez araştırmasının üçüncü bölümünde Ahıskalı Türklerin takip ettikleri Dünya Ahıska Türkleri Birliği (DATÜB) Facebook, DATÜB Bursa Temsilciliği Facebook, DATÜB Twitter, Ahıska Twitter ve DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfalarının 30 günlük süreyle günlük paylaşımları takip edilmiştir. Elde edilen veriler yukarıda detaylı olarak aktarılmıştır. Tabloda ise analiz kısmında elde edilen genel bilgiler yer almaktadır:

No:	Elde Edilen Sonuçlar:
1.	Ahıskalı kadın takipçiler sosyal medya sayfaları içerisinde en fazla Instagram'ı takip etmektedirler.
2.	Ahıskalı kadın takipçiler Facebook, Twitter ve Instagram'da erkeklerden daha az takip etme sayısına sahiptirler.
3.	Ahıskalı kadın takipçiler Facebook, Twitter ve Instagram'da %50'nin üzerinde takipçi sayısına çıkamamıştırlar.

4.	Ahıskalı erkek sosyal medya takipçileri sadece Instagram'da %70'in altında göstericiye sahiptirler. Diğer tüm sayfalarda %70'in üzerinde orana sahiplenmektedirler.
5.	Özel cinsiyet kriterindeki takipçiler sadece Ahıska Twitter sayfasında %10'un üzerinde gösterge ile genel takipçi oranını etkilemektedirler.
6.	Kadın ve erkek Ahıskalı sosyal medya takipçileri için elde edilen veriler takip edilen sayfalar için geçerlidir. Özel etkinlik veya organizasyonlar için kurulan sayfalarda farklı göstergeler olabilir.
7.	Facebook ve Instagram sayfalarında en fazla takipçiye sahip olan yaş aralığı 25-34 yaş aralığıdır.
8.	Facebook ve Instagram sayfalarındaki 25-34 yaş aralığındaki takipçiler genel takipçilerin %30'dan fazlasını oluşturmaktadır.
9.	25-34 yaş aralığındaki takipçiler Facebook ve Twitter sayfalarındaki genel takipçilerin 1/3'i oluşturmaktadırlar.
10.	Takip edilen Facebook sayfalarında en az takipçiye sahip olan yaş aralığı 13-17'dir
11.	13-17 yaş aralığındaki Facebook takipçileri sayfadaki genel takipçilerin ortalama %1'ne tekabül etmektedir.
12.	DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasında en az takipçiye sahip yaş aralıkları 55-64 ve 65 üstüdür.
13.	DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasının 55-64 ve 65 yaş üstü takipçileri genel sayfa takipçilerinin %2'ni oluşturmaktadır.
14.	İncelenen sosyal medya sayfaları içerisinde en fazla takipçi sayısına sahip olan ülke Türkiye'dir.
15.	DATÜB Twitter sayfasında %83 takipçi oranına sahip olan Türkiye araştırılan sayfalar içerisinde en fazla takipçiye sahip ülkedir.
16.	Ahıskalılar arasında yurtdışında Twitter kullanıcılarının sayısı Türkiye'ye oranla çok düşüktür.
17.	Araştırılan sayfalar içerisinde en fazla takipçi sayısına sahip olan şehir Bursa'dır.

18.	Sosyal medya sayfaları içerisinde en fazla takipçiye sahip şehirlerin araştırması zamanı Bursa'nın incelenen 4 sayfanın 3'de en fazla takipçiye sahip şehir olduğu tespit edilmiştir.
19.	DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasında Bursa %37,49 takipçi göstergesi ile araştırılan sayfalar içerisinde en fazla orana sahip şehirdir.
20.	Araştırılan sayfalar içerisinde en az takipçiye sahip şehirler listesinde Moskova, İzmir ve Bakü yerleşmektedir.
21.	DATÜB Facebook ve DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfalarında Moskova, DATÜB Twitter sayfasında İzmir, DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasında ise Bakü en az takipçi sayısına sahip şehirlerdir.
22.	17 Şubat 2019 tarihinde DATÜB Facebook sayfasında 64 paylaşım yapılmış ve bu sayı tüm sayfaların günlük takipleri içerisinde en yüksek göstergedir.
23.	Bir aylık süre zarfında DATÜB Facebook sayfasında araştırılan konular çerçevesinde 538 paylaşım yapılmış ve bu gösterge tüm araştırılan sayfalar içerisinde en fazla aylık paylaşım olmuştur.
24.	Araştırma zamanı, sayfa takipçilerinin sayı ile paylaşım sayıları arasında ilişki olmadığı görülmektedir.
25.	Araştırılan konular içerisinde yer alan Dini Bakışın Sunumu başlığı altında en yüksek paylaşıma sahip olan sayfanın DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfası olduğu tespit edilmiştir.
26.	Sosyal medya sayfalarında yapılan aylık takip zamanı Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum konularının paylaşımı araştırılmıştır.
27.	DATÜB Facebook sayfası Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının hepsinde en fazla paylaşıma sahiptir.

28.	DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfası Dini Bakışın Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu konularında her hangi paylaşım yapmamıştır.
29.	DATÜB Facebook sayfası Sosyal Açının Sunumu konusunda 229, Haberleşme Aracı Olarak Sunum konusunda ise 117 paylaşım yapmakla, bahsedilen konularda en fazla paylaşım yapan sayfa olmuştur.

Tablo 9: Takip Ettikleri Sosyal Medya Sayfalarının Analizinin Genel Göstergesi

SONUÇ

Ahıska Türklerinin Yeni Medya Aracılığı İle Sunumu: Bir Kimlik Araştırması başlıklı tez araştırması üç (3) bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde günümüzde yeni medyanın kullanımı ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Aynı zamanda yeni medyanın kimlik ve ulus inşasında oynadığı rolden bahsedilmektedir. Kimliğin tanımı, ulus ve kimlik kavramlarına değinilerek kimliğin inşasındaki önemli faktörler, bireyin kimlik inşa etme ihtiyacı, kimlik disiplini, kimlik kalıpları araştırılmıştır. Bununla birlikte yeni medyanın geleneksel medyadan farklı olarak tanıtım özellikleri irdelenmiştir. Bireyin yeni medya vasıtasıyla görünür olma isteği, bireyin alternatif kimlik sunumunu gerçekleştirebilmesi için yeni medyayı kullanması, kimliklerin yeni medyada karşılıklı etkileşimi konularında araştırma yapılmıştır. Aynı zamanda yeni medya kullanıcısı olan bireylerin sosyal medya kullanımına sebep olan psikolojik ve sosyal faktörler, yeni medya vasıtasıyla görünür olmak isteyen bireyin toplumsal normlara uyum sağlayıp sağlamadığı ile ilgili incelemeler gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada kimliğin ulaşılabilirliği ve bireylerin sosyal yakınlaştırma imkânını elde etmesi, aidiyetin ortaya çıkarılması ve benlik duygularının güçlendirilmesi konularında yeni medyanın sağladığı imkânlar irdelenmiştir. Bu başlıklar tezin birinci bölümü çerçevesinde incelenmiş ve buradan yola çıkarak sonraki bölümlerde Ahıskalı Türklerin kimlik araştırması gerçekleştirilmiştir. Yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde yapılan araştırma zamanı yeni medyanın giderek geleneksel medyanın yerini aldığı görülmüştür. Her ne kadar yeni medya kuruluş itibarıyla geleneksel medyanın yerini tutmayı amaçlamasa da, giderek artan kullanım olanakları sayesinde geleneksel medyayı geride bıraktığı göz önündedir. Farklı yollardan bilgi akışına zemin oluşturan yeni medya eğitici rolleri ile birlikte toplumun gelişmesine destek vermekte ve etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Sosyal medya eğitici rolü ile topluma daha çok fayda sağlamakta, küresel eğitici güç haline gelmektedir. Facebook ve Twitter'de son zamanlar eğitici roller konusunda yapılan düzenlemeler yeni medyanın küresel güç olması istikametinde attığı adımları göstermektedir.

Araştırmamızda birçok kuramcıların kavramlarına yer verilmiş ve kitle iletişim araçları ile kimliklerin sunumu konusunda bilgiler elde edilmiştir. Örneğin, Amin Maalouf'un bireyin kimliği doğuş sonrası zamanla elde etmesi fikri, birey kimliğinin birçok öğeden oluştuğunu ifade etmektedir. Her hangi bir kültürün içerisinde doğmuş

kişi zamanla bu kültürün örneklerini kendisinde taşır. Birey kimliğini bu kültüre yatkın bir şekilde sergilemeye çalışır. Freud'a göre kimlik bireyin yabancı nesneleri özümsemesi ve özdeşleştirmesi ile başlayan süreç sonucu oluşur. Erikson ise, birey ile toplum arasında bir ilişki olduğunu, kimliğin bireyin kapalı iç kültürünün öznesinde yerleştiğini ifade etmektedir. Erikson'a göre kimlik bireysel bir olgudur ve insan kimliği sosyal bir kimliktir. Toplumun bireysel kimliğin oluşumunda büyük etkileri mevcuttur. Ulusal, ekonomik, kültürel, davranış ve değer kalıpları, kolektif semboller yapay kimliğin oluşumunu teşvik etmektedir. Böylece birey diğer bireylerden farklılaşmaktadır.

Kimliğe yine kuramsal çerçeveden yaklaştığımız zaman Taylor'un fikrine değinmemiz gerekmektedir. Taylor kimliği modernizmin icadı olarak değerlendirmiştir. Modernizmin idealleri ile birey kimliğinin tasarlandığını ifade etmiştir. Kimliğin insanın arzularını, hayal ve düşüncelerini belirleyen bir çerçeve olduğunu iddia etmiştir. Kimliğin siyasi meseleden daha çok ahlâki bir konu olduğu fikrini ileri sürmüştür. Şimşek'e göre ulusal kimlik devletlerin oluşumunda kilit rol oynamaktadır. Ulusu ötekilerden farklı kılan toplumun ortak tarihe, milli kimlik duygusuna sahip olmasıdır. Bireyler topluluk içerisinde ulusa aittirler ve bu bağlılık bireyin diğer bağlılıklarını bastırmaktadır. Sosyal ve politik gücün tek yasal kaynağı ulustur. Bu nedenle devletlerin gelişmesinde ulusun devlete bağlılığı büyük öneme sahiptir. Ulusçuluğun ortaya çıkması için; 1) Ortak tarihi yurda ve ülkeye sahip olmak, 2) Ortak toplumsal hafızaya ve mitlere sahip olmak, 3) Ortak kamu kültürünü kitlesel olarak oluşturmuş olmak, (4) Tüm fertleri içeren ortak yasal haklara ve görevlere sahip olmak, toplulukta yer alan her bireyin serbest şekilde hareket edebileceği ortak alana ve ekonomiye sahip olmak, yani ekonomik haklar dâhil olanaklardan ortak hak çerçevesinde yararlanabilmek gerekmektedir. Erik Fromm ise kimliğin tanımında sosyal boyutun önemli olduğuna dikkat çekmektedir. Bireyin diğer grup ve kişilerle özdeşleşmesi yolu ile elde ettiği birey olma duygusunun onun kimliğini oluşturduğunu ifade etmektedir.

Milliyetçilik ise ideoloji olarak ekonomiye, siyasi rejimlere, toplumsal yapılara uyarlanmaktadır. Zaman ve mekâna göre değişen dayanıklı yapıya sahiptir. Smith'e göre belli olguları zamana ve yere göre temel alan milliyetçilik rengini bağlamından almaktadır. Tarihsel konjonktüre bağlı olarak milliyetçilik hareketlerinin toplumsal bileşimi değişkendir. İdeoloji ve milliyetçilik günümüzde çeşitli gruplara en iyi hitap

edebilecek söylemleri geliştirmektedir. Bandura sosyal öğrenme kuramında model alma sürecinden bahsetmektedir. Birey medyadan elde ettiği kimlik özelliklerine dair bilgileri hafızaya kaydetmekte, ihtiyacı olduğunda bu bilgileri çağırarak yeniden kullanabilmektedir. Medya, toplum bireylerine aktardığı bilgilerle toplumsal bellek oluşturmaktadır. Zamanla bireyler toplumsal bellekteki bilgileri kullanarak kimliklerini şekillendirmektedirler. Lacan'a göre kimliği oluşturan unsurlardan biri de benliktir. Birey kendi benliğinin farkında olursa, kimliğinin de farkında olur. Bireyi diğerlerinden ayıran gereksinimlerden biri de kendisini tanımasıdır. Ayna yansıması kimliğin ortaya çıkarılmasında önemli yere sahiptir. Birey kendi kimliğini ilk tanımlarken aynadaki yansımasını temel alır ve bu yansıma onun benliğini biçimlendirerek sembolik matris rolünü oynar. Birey kendi kimliğini oluştururken sadece kendi tercihlerine önem vermez. Aynı zamanda toplumun yönlendirmesini de dikkate alır.

Deveci toplum kimliğinden bahsederken kökene atıfta bulunmaktadır. Milliyetçiliğin oluşmasında kökenin önemli rol oynadığını belirtmektedir. Kökenin ortaya çıkarılması ise uzun bir tarihi araştırmaya gereksinim duymaktadır. Ahıskalı Türklerde milliyetçilik konusunda dil ve soya dayanan bağlılık olduğu görülmektedir. Tarihte büyük göçler almış Ahıska bölgesinde yaşayan topluluklar kendilerinin Türk olduğunu kabullenmektedirler. Yerel halkın ve göç edenlerin Türk olduğu konusunda ciddi bir inanç olduğu için bu coğrafya insanı kendisini Türk olarak bilmektedir. Ahıska bölgesinde yaşayan Kürt ve Hemşinler gibi diğer topluluklar istisna oluşturmaktadırlar. Ahıskalıları toplum olarak ayakta tutan bir diğer inanç ise Müslüman olmalarıdır. Din Ahıskalılarda milliyetçiliğin içerisine dâhil olarak birlikte millet kavramını oluşturmaktadır ve dilden sonra ikinci köken olarak din görülmektedir. Stryker, alt kimliklerin toplamının benliğin ana unsurunu oluşturduğunu ifade etmektedir. Dil ve din gibi alt kimlikler Ahıskalı toplumunun benliğini oluşturmaktadır. Stuart Hall'a göre ise, kimlik kalıplarını incelerken kimliğin içerisine değil, dışarısına bakılması gerekmektedir. Bireyler kendi kimlikleri hakkında konuşurken diğerleri ile kıyaslama yapmakta ve kendisinin diğerlerinden farklı olduğunu savunmaktadırlar. Böyle olduğunda birey daha çok kendisini değil, diğerlerini araştırmaktadır.

Bauman, kimliğin benlik içerisinde belirsizlikten kaçış olduğunu ifade etmiştir. Kişi kim olduğunu sorgulamaya başladığında, kendisinin nereye ait olduğu konusunda

kuşkuya kapıldığı zaman kendi kimliği üzerinde araştırmaya başlar, kimliğine ilgi duyar. Kimlik üzerine araştırma yapan kuramcılardan Erikson da ilk önce kendi kimliği ve kökenini irdelemiştir. Kendisinden başlayan Erikson daha sonra ulusal ve toplumsal kimliği ve kimlik türlerini incelemiştir. Erikson'un kimlik araştırmasında attığı bu adımlar Bauman'ın fikrinin doğru olduğunu kanıtlamaktadır. Bauman'ın kimlikle ilgili ifadesinde, bireyin kökenle ilgili bilgilerini kaybetmeye başladığı zaman farklı kimlik türlerine sıkı bağlanmasından bahsetmektedir. Örneğin, kimliğin küreselleşmeye başladığı günümüzde kimlik yapılarında aşınmalar ortaya çıkmaktadır. Sınıf ve ulus kimlikleri giderek ortadan kalkmakta, insanlar kendi bireysel kimlikleri ile baş başa kalmaktadırlar. Bu kimlik *boşluklarını* telafi etmek için bireyler ırk, cinsiyet ve etnik köken gibi farklı kimlik yapılarına sarılmaya başlamaktadırlar.

Toplumsal kimlik milliyetçiliği ve ulusu oluşturmaktadır. 1980 sonrası milliyetçiliğe Postmodernizmle birlikte farklı bakış açıları doğmuştur. Milliyetçilik *gündelik milliyetçiliğe* dönüşmekte, feminizm ve sosyal teori ekseninde biçimlenmektedir. Milliyetçilik günümüzde düşünce sistemimizi büyük ölçüde şekillendirmekte ve yaşamamızın bir parçası haline gelmektedir. Giderek "bir ulusun iyiliğini sadece kendi ulusundan olan bireylerin istediği" fikri hâkim olmaktadır. Diğer ulusların bizim iyiliğimizi istemediği fikri dünyanın doğal düzeni haline gelmektedir. Bu tür davranışlar *banal milliyetçilik* olarak adlandırılmakta ve her geçen gün buna daha çok inanılmaktadır. Bradley kimliğin oluşumunda büyük rol oynayan benliğin ortaya birkaç kriter koyduğunu ifade etmektedir. Bunlar dil, din, etnik mensubiyet, kültürel ve sosyal yapılardır. Birey kendisini araştırırken önce kimliğini analiz etmekte, sonrasında diğerleri ile kendisi arasındaki farklılıkları araştırmaktadır. Böylece birey kendisinin kimlik çerçevesini netleştirirken dışarıya bakarak kendi konumunu oluşturmuş olur. Lacan, tanımanın diyalektiği konusunda fikirlerini belirtirken benlik ve kimlik kavramlarına değinmiştir. Bireyin kim olduğu bilgisini başkalarının ona karşı sergilediği tepkilerden elde edebileceğini savunmuştur. Winnicott ise Lacan'ın fikrinde bazı eksikliklerin olduğunu vurgulamıştır. Winnicott'a göre, bireyin kendisini tanımlamak için karşısına ayna olarak koyduğu diğerlerini nereye koyduğu önemlidir. Winnicott aynanın konulduğu konumun bireyin kendi kimliğini ölçebilmesinde büyük öneme sahip olduğunu ifade etmiştir. Gellner milliyetçiliğin temelinde sürekli değişken ve karmaşık zincirleme ilişkilerin mevcut

olduğunu vurgulamaktadır. Gellner'e göre milliyet ve millet bilincinde sürekli değişiklik yapılması ve geçişlerin sağlıklı bir şekilde sağlanmasından çok şey asılıdır. Milliyetçiliğin temelindeki karmaşık durum ve geçişkenlik sorununu sosyolojik olarak güçlü yapıya sahip milletler hafif bir şekilde atlatabilmektedirler.

Rogers, giderek kimliğin sergilenmesinde önemli rol edinen yeni medyanın geleneksel medya ile temel farklılıklarından bahsederken bazı önemli noktalara dokunmuştur. Temel farklılıkları aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

Geleneksel ve Yeni Medya Arasındaki Temel Farklılıklar:
Yeni medyada etkileşim mevcuttur. Geleneksel medyada aynı anda alıcı ve verici arasında eşzamanlı etkileşim oluşmaktadır.
Yeni medya geleneksel medyadan farklı olarak büyük bir grubu kitlesizleştirmektedir.
Yeni medya aracılığı ile aynı haberi farklı zamanlarda ulaştırma imkânı sağlanmaktadır.

Tablo 10: Yeni Medya ve Geleneksel Medya Arasındaki Temel Farklılıklar

Bilim alanındaki teknolojik gelişmeler birbirine uyum sağlayarak teknolojiyi birleştirmektedir. İletişim alanına yeni medyanın etkisi giderek artmaktadır. Uğur'a göre yeni medya iletişim alanında hayatımıza girmekle aşağıdaki değişimleri getirmiştir:

Yeni Medyanın Hayatımızda Neden Olduğu Temel Değişimler:
Bireylerin yüz yüze kurdukları iletişim hariç tüm iletişim süreçleri elektronikleşmiştir.
Birbirinden farklı olan ortamlar yeni medyanın hayatımıza girmesi ile birbirilerine entegre olmuşlardır
İletişim aracı olarak yeni medya aynı anda birden fazla geleneksel medya aracını kendi teknolojisi içerisinde barındırabilmektedir. Örnek olarak bilgisayar ve cep telefonlarını göstermek mümkündür.

Tablo: 11 Yeni Medyanın Hayatımızda Neden Olduğu Temel Değişimler

Yeni medya internete bağımlıdır, internetin olmadığı bir yerde her hangi bir değere sahip olmamaktadır. Kamu yönetimi internetin fişini elinde tutmaktadır. Kamu yönetimi kendisine yönelecek her hangi bir tehdit girişiminde istediği an internetin fişini çekebilmektedir. Paylaşım açısından sosyal medya bireylere serbestlik verse de,

olağanüstü durumlarda yeni medyanın idaresi bireylerin elinde değildir. Fakat Thompson yeni medya ve siyaset konusunda karşılıklı etkileşim ve anlaşma olduğunu da savunmaktadır. Thompson'a göre sosyal medya araçları siyasi güçleri kendi yararlarına kullanabilmektedir. Artık yeni medya iktidar mücadelesinde kendini ortaya çıkarmaktadır. Goffman ve Niedzviecki sembolik tüketim, toplumsal kimlik ve benlik gibi kavramların yeni medya vasıtasıyla paylaşılarak görünürlüğe kazandırılmasını yorumlamışlardır. Bireyler aktörler gibi daha çok alkış almak ve çevresindekilere iyi izlenimler bırakmak için çeşitli rollere girmekte ve geri dönüşlerden elde ettikleri ile arzuladıkları bir kimlik oluşturmaktadırlar.

Foucalt'a göre birey kendisini yeni medya aracılığı ile deneyimleştirerek yargılamakla anlayabilir ve sonrasında da kendisini daha iyi bir şekilde yönetebilir. Foucalt bu yaklaşımı benlik teknolojileri kavramında detaylı bir şekilde irdelemektedir. Sosyal medyada görünür olan birey diğerleri tarafından denetlenerek kendi kimliğine daha iyi yön verebilmektedir. Aynı zamanda birey toplum içerisinde maruz kaldığı baskıdan kurtulmak için de yeni medyayı etkin bir şekilde kullanabilmektedir. Niedzviecki ise *Dikizleme Kültürü*'nde birey kimliklerinin dışarıdan nasıl göründüğünü ve ötekilerin bireyi nasıl yorumladığının önemlerinden bahsetmektedir. Daha çok genç yaştaki sosyal medya kullanıcılarının *Dikizleme Kültürü*'nün etkisi altında kaldığını savunmaktadır.

James, bireylerin kendi kimliklerini ötekilerine kabullendirmek için farklı kimlik profilleri kullandıklarını kaydetmektedir. Böyle olduğu takdirde bireyin çoklu sosyal kimliklere sahiplenmek zorunda kaldığını ifade etmektedir. Niedzviecki ise kendi kimliklerini daha çok kamuya açma isteği olan bireylerin yeni medyanın sunduğu imkânlardan rahatlıkla yararlanabildiğini savunmaktadır. Fakat Niedzviecki bireylerin kendi kimliklerini sosyal ortamlarda oluşturduğunda dikkat etmesi gerekenlerden biri olarak toplumsal normlara uymak olduğunu ifade etmektedir. Toplumsal normlara uygun bir şekilde üretilmeyen kimliklerin kısa sürede alay konusu olacağını veya cezalandırıldığını savunmaktadır.

Christian Fuchs sosyal medyanın kamusal alan olup olmadığı konusunda yaptığı araştırmasında farklı bilgiler aktarmıştır. Twitter'in kamusal alan oluşturmadığını savunmakta olan Fuchs demokrasinin umudu olma konusunun ise absürt olduğunu vurgulamaktadır. Fuchs'ın bu fikirleri sosyal medyanın kamusal alan oluşturduğunu savunan birçok kuramcının fikirlerini altüst etmektedir. Arap baharı ve Wikileaks

örneklerini gösteren Fuchs paylaşımları bölgeye göre değişiklik gösteren sosyal medya hareketleri olarak nitelendirmiştir. Çeşitli ülkelere göre farklı özellikler taşıyan toplumu örnek göstererek kamusal alan oluşturması için toplumun aynı özelliklere sahip olması gerektiğini savunmuştur. Habermas da sosyal medya paylaşımlarının içeriklerine göre özel veya kamusal olması konusuna değinmiştir. Kamusallığın Yapısal Dönüşümü adlı çalışmasında Özel ve Kamusal alan tartışmalarına açıklık getirmeye çalışmıştır. Halkın iletişim kurma gücünü geliştiren ve haber almasına destek veren basına ve basın binalarına kamusal organlar olarak bakmıştır. Habermas, kamusal alan ve özel alan konusuna kısa bir yanıt vermiş, evin dışında kalanın kamusal, evin içerisindekilere ise özel alan olarak yaklaşmıştır. Özel alanın giderek daraldığını ve kamusal alanın genişlediğini de savunmuştur.

Tez araştırması zamanı yeni medyanın kimlik inşası ile ilgili sunduğu imkânlar aşağıdaki başlıklar altında bir araya getirilmiştir:

- *Sosyokültürel imkânlar:* Bu başlık çerçevesinde sosyal medyanın bireyin yaşadığı sosyal durum ve kültürel yapısına etkileri elde edilmiştir.
- *Psikolojik imkânlar:* Bireyin iç dünyasına ve iç kimliğinin oluşmasına yeni medya etki etmektedir.
- *Toplumsal imkânlar:* Bireyin yaşadığı coğrafya ve bulunduğu ortamı yeni medya etkilemektedir.
- *Teknik imkânlar:* Yeni medya teknik olarak bireyin kimliğine etki etmektedir.

Yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde yeni medyanın bireyin kimliğine etkilerini detaylı bir şekilde iletecek olursak başlıklar çerçevesinde elde edilen veriler aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

- *Sosyokültürel imkânlar:* Yeni medya bireye sosyalleşme ihtiyacını gidermede destek vermektedir. Bireyin araştırmacı ve hareketli olmasına olanak sağlamaktadır. Kimliği sanatsallaştırmaktadır. Bireyin otobiyografisinin sözelden görünüşe geçmesini sağlamakta, kimliğin filtreleme ve manipüle edilmesine destek vermektedir. Yeni medya bireye alternatif kimlik oluşturma ve takipçilerine iyi izlenim bırakabilme fırsatı verebilmektedir. Bireyi egemen temsiliyet tarzından çıkarmakta ve yeni yaşam biçimi elde edebilmesine olanak sağlamaktadır. Yeni medya bireyin manevi ve maddi zorluklardan kurtularak sosyal kaygılarından uzaklaşmasına destek vermektedir. Toplum sosyal medya vasıtasıyla daha şeffaf bir yapıya sahip olabilmektedir.

Mahremiyet konusunda sosyal medya bireyleri bilinçlendirmekte, enformel kuralları öğrenmesine olanak sağlamaktadır. Birey sosyal medya sayesinde sosyal sömürüden kurtulmakta ve sosyal sorumluluğu da benimsemektedir. Birey yeni medyada aidiyetini daha derinden hissedebilmektedir.

- *Psikolojik imkânlar:* Birey günlük sıkıntılardan uzaklaşabilmekte ve eğlenmek ihtiyacını yeni medya vasıtasıyla karşılayabilmektedir. Sanal dünyada yaşayabilme inancı artmakta, yaşam sınırlılıklarından kaçabilmektedir. Birey öyküsel kimliğini ortaya çıkarabilmekte, geçmişi unutarak geleceğe yönelik yeni profil oluşturabilmektedir. Yeni medya vasıtasıyla birey kimliğini denetleyebilmekte, geçmişle özdeşleşmekte ve kimliğine yön verebilmektedir. Birey yeni ortamlar bularak yeni mecralar oluşturabilmekte, hem de kendi kimliğini dikizleyebilmektedir. Aynı zamanda diğer kimliklere karşı tolerans sağlayabilmekte ve birey kendi bedenini idealleştirmektedir. Birey kendisine sunulanı seçme imkânı elde edebilmekte, yeni davranış modelleri elde etmektedir. Sosyal medya vasıtasıyla aidiyetini daha derinden hissedebilmektedir.
- *Toplumsal imkânlar:* Birey yeni medya vasıtasıyla fikir ve mesajlarını topluma iletebilme, toplumla yeni kimlik ilişkisi kurabilme imkânı elde edebilmektedir. Sosyal medya bireye siyasi yapı rollerini yıkma ve yeni demokrasi kapılarını açabilme fırsatı vermektedir. Birey yeni medyada kendi imajını oluşturabilmekte, vitrin kimliğini sunabilmektedir. Bunlarla birlikte, birey diğer kimlikleri takip edebilmekte ve toplumsal popülarite kazanabilmektedir. Birey yeni medya vasıtasıyla benliğini farklı imajlarda sergileyebilmekte, toplum baskısından kurtulabilmektedir. Sosyal medya bireye yenilenmiş mekân ve alternatif beden sunmakta, bireyin kamusal alanını genişletmektedir. Toplumsal normlara daha uyumlu olabilen birey, sosyal statüsünü erken keşfedebilmektedir. Yeni medya bireyler arasında yakınlaştırma sağlamakta, kimliği yıldızlaştırmakta, katılımcılığı geliştirmektedir.
- *Teknik imkânlar:* Yeni medya bireye teknik olarak anında haber alma imkânı sağlamaktadır. Metin, ses ve görüntü ile iletişim sağlama, alıcı ve verici arasında eşzamanlı etkileşimin oluşturulmasına destek vermektedir. Birey kendisini yeni medya içerisinde farklı zamanlarda hatırlayabilme, sanal kimlik hazzı yaşayabilme fırsatı elde edebilmektedir. Yeni medya bireye fiziksel iletişim kompleksinden kurtulabilme, birebir pazarlama ve onaylama imkânları vermektedir. Birey tek tuşla olaylara yön verebilmekte, eylemlerini dijitalleştirebilmektedir. Kimliği güncel tutan sosyal medya aynı zamanda ulaşılabilirliği olanaklı hale getirmektedir. Yeni medya vasıtasıyla birey

kendi yaratıcılığını genişletebilmekte, uzaklık kategorisini kapatabilmektedir. Birey benin yazılabilir ve okunabilirliğini yeni medya vasıtasıyla elde edebilmektedir.

Sunulan dört ayrı başlık altında belirtilen bilgiler yeni medya ve kimlik konusunda tez araştırması zamanı elde edilmiştir. Bu bilgileri daha da detaylandırmak ve farklı bilgiler ilave etmek mümkündür. Yeni medyanın günümüzdeki gelişimi göz önünde bulundurularak elde edilen olanaklar gelişimin değişmesine göre detaylandırılabilir. Bunu sosyal medyanın gelecekteki gelişimi gösterecektir.

Tez araştırmasının ikinci bölümünün ana konusu; Ahıskalı Türkler ve yeni medya olmuştur. Araştırmada Ahıskalı Türklerin bir ulus olarak kendi toplum kimliklerine bakış açıları incelenmiştir. Ahıskalı Türklerin tarihi, etnik kökeni, yaşadıkları coğrafya ve kültürleri ele alınarak detaylı bir şekilde araştırma yapılmıştır. Aynı zamanda ikinci bölümde Ahıskalı Türklerin kimlik inşası çalışmaları irdelenmiştir. Ahıskalıların kimlik inşasında basını kullanımı, STK'ların Ahıskalı Türklerin kimlik inşasındaki rolü, sinemanın Ahıskalı Türklerin kimlik inşasına katkısı, kültürel çalışmaların kimlik inşasına desteği konuları geniş bir şekilde ele alınarak araştırma yapılmıştır. Bölümün sonunda ise kimliğin inşasında yeni medyanın rolü ve Ahıskalı Türklerin kimliklerini yeni medyada inşası konuları genel tablo oluşturularak açıklanmıştır.

Ahıskalı Türkler, tarih, etnik köken, coğrafya ve kültür açısından irdelenmiştir. Konularla ilgili değerlendirmeler yapılmıştır. Tarih açısından baktığımız zaman elde edilen sonuçlar şöyle olmuştur;

Ahıskalı Türklerin yaşadıkları bölgeye 12.yüzyıldan itibaren Kıpçaklar göç etmiştir. 1578 yılında ise Ahıska bölgesi Osmanlıya katılarak Osmanlının güçlenmesi için mücadele vermiştir. Ahıska, 1829 yılında Ruslarla Osmanlı arasındaki Edirne Antlaşması ile Ruslara verilir. Bu dönemden sonra bölge insanları baskılara maruz kalır. Ahıska bölgesi Türklerle Ruslar arasında birkaç kez el değiştirmiştir. 1877 yılında Ayastefanos Antlaşması ile Ahıska yeniden Batum ve Kars ile birlikte Ruslara verilmiştir. Ahıska bölgesinin tamamen Ruslara teslim edilmesi ise 1921 yılında gerçekleşir. Sovyetler Birliği 1921 yılında Ahıska bölgesini tamamen kendi sınırları içerisine alarak yeni kurulan hükumetin sınır toprakları haline getirir. 1921 yılından 1940'lı yıllara kadar olan süreçte Ahıskalı Türkler yukarı Ahıska adı ile bilinen Posof bölgesine gidiş - geliş yapmışlardır. 1938 yılından itibaren Sovyetler Birliğinin içerisinde aydınların öldürülmesi ve diğer cinayetlerin olduğu bir dönemde sınırlar artık geçilemez olmuştur. Sovyetler Birliği İkinci Dünya Savaşına girdiği dönemde Ahıskalılar da hükümetin bir parçası olarak savaşa destek vermişlerdir. Orduya

binlerce Ahıskalı katılmış, geride kalanlar (yaşlılar, çocuklar ve kadınlar) ise orduya destek için tarım ve hayvancılıkla uğraşmışlardır. 14 Kasım 1944 yılında kalan yaşlı, çocuk ve kadınlar sürgüne gönderilmişlerdir. Kazakistan, Kırgızistan ve Özbekistan'a sürgün olunan Ahıskalılar 1956 yılına kadar sıkıyönetim altında yaşamak zorunda kalmışlardır. 1956 yılında, sürgünden 12 yıl sonra Ahıskalılar üzerinden sıkıyönetim kaldırılmış ve Sovyetler içerisinde Ahıskalıların serbest (serbest seyahat hakkı) hareketi başlamıştır. Her ne kadar serbest dolaşım hakkı tanınsa da Ahıska bölgesi bu hakkın dışında tutulmuş ve Ahıskalı'ların Ahıska'ya girişi yasaklanmıştır. 1989 Yılında Özbekistan'ın Fergana Vilayetinde yaşayan Ahıskalıların, KGB'nin Özbek gençlerini kurgulaması sonucu çıkan olaylarda evleri geceden işaretlenerek yakılmıştır.

1991 yılında Sovyetler Birliği dağılmış ve içerisinde yer alan Türk devletleri kendi egemenliklerini kazanmışlardır. Böylece Sovyetler Birliği sınırları içinde yer alan bu Türk Devletleri tarafından yeni devletleşme ve bağımsızlığını pekiştirme mücadelesi verilmeye başlanmıştır. 1992 yılında TBMM onayı ile 3835 sayılı Kanun çıkarılmış ve Ahıskalıların bir kısmı Türkiye'ye göç ettirilerek Iğdır'a yerleştirilmiştir. 1956 yılından sonra Ahıska'ya daha yakın olmak için Azerbaycan'a göç eden Ahıskalılar 1992 yılında Karabağ olaylarının şahidi olmuşlardır. Savaşta onlarca Ahıskalı şehit olmuş, yüz kadar Ahıskalı savaş gazisi olmuştur. Ahıskalıların vatana geri dönüş çabaları 1998 yılında Lahey'deki müzakerelerde sonuç vermeye başlamıştır. 1999 yılında ise Gürcistan hükumeti Viyana'da gerçekleştirilen müzakerede Ahıskalıların dönüşünü kabul etmiş ve gerekenlerin yapılmasını üstlenmiştir.

Ahıskalı Türklerin tarihte yaşadıkları göçlere 2004 yılında Amerika Birleşik Devletleri'ne göç de dâhil olmuştur. Rusya'nın Krosnodar bölgesinden binlerce Ahıskalı; bulundukları bölgede yaşam şartlarının gittikçe zorlaşması ve asimile edilmeye zorlanmaları nedeniyle Amerika'nın farklı eyaletlerine göç ettirilmişlerdir. Ahıskalıların tarih kronolojilerine yeni bir trajedi olarak 2010 yılında Kırgızistan'da yaşanan çatışmalar da eklenmiştir. Aynı Yıl Türkiye Bakanlar Kurulu kararı ile Dünya Ahıska Türkleri Birliği (DATÜB) kurulmuş ve tüm dünyada yaşayan Ahıskalıları aynı çatı altında birleştirme çabası başlatılmıştır. Göçlerin sırasına son olarak Ukrayna'dan Erzincan'a göç eklenmiştir. 2014 yılında Rusya ve Ukrayna arasında çıkan savaşın ortasından Türkiye devletinin desteği ile alınan Ahıskalı Türkler Erzincan'ın Üzümlü ve Bitlis'in Ahlat ilçesine göç ettirilerek buralara iskanları sağlanmıştır. 2017 yılından itibaren Ahıskalı Türkler için Türkiye Cumhuriyeti tarafından istisnai vatandaşlık

tanınmaya başlanmıştır. Aynı yıl içerisinde Ahıskalılara bir süreliğine uzun dönem ikamet izni tanınmış, 2019 yılı itibariyle bu hak süresiz olarak tanınmaya başlanmıştır. Yine 2017 yılında Türkiye'ye vatandaş olmak amacıyla gelen Ahıskalılara özel Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşlığı hakkı tanınmıştır. Bunun sonucunda da 2017 – 2020 yılları arasında 50.000 kişi civarında Ahıskalı, Türk vatandaşı kimliği almıştır.

Tez araştırmasının ikinci bölümünde etnik kökenle ilgili elde edilen sonuçlar ise aşağıdaki gibi olmuştur:

Ahıska isminin geçtiği ilk tarihi eserlerden birisi Dede Korkut'tur. Ahıska adı Ak Kale olarak geçmektedir. Ahıska, Çelebi tarafından Ak Şehir olarak kayda alınmış ve tarih notlarında Ahıska'dan bahsederken Ak Kale ismini sıklıkla kullanmıştır. Ahıskalıların kökeni ile ilgili yapılan incelemelerde, Ahıska'da Buntürkler ve Kıpçakların varlığı ispat edilmiştir. Ahıska'ya Anadolu'dan göçlerin gerçekleştiği de tarih araştırmalarından anlaşılmaktadır. Gürcüler Ahıskalılara Müslümanlaştırılmış Gürcüler olarak bakmakta ve Ahıskalılar bunu kesinlikle kabul etmemektedirler. Günümüz Ahıskalıları Kuman-Kıpçak ağzını konuşmaktadırlar. Ahıska bölgesinde Türklerle birlikte Kürtler ve Hemşinler de yaşamıştır. Ahıskalılar sürgün olunduktan sonra Ahıska bölgesine Gürcistan'ın farklı bölgelerinden (Gori ve Kutais) Gürcüler ve Ermeniler getirilerek bu evlere yerleştirilmiştir. Böylece bu bölge Gürcüleştirilmiştir. Ahıska bölgesine Gürcistan'ın kabul etmek zorunda kaldığı göç yasası sonrası kısmen de olsa sürgüne maruz kalmış olan ailelerin çocuk ve torunları geri dönmeye ve Ahıska'ya yerleşmeye başlamışlardır. Günümüzde bu şekilde tekrar eski anavatanlarına yerleşen takriben 40 civarında Ahıskalı Türk Aile mevcuttur.

Araştırmamızın ikinci bölümünde incelenen bir diğer konu, Ahıskalıların yaşadıkları coğrafyadır. Coğrafya ile ilgili elde edilen bilgiler aşağıdaki gibidir:

Ahıska bölgesi Posof'un Kuzeydoğusunda yer almaktadır. Bölge; Kafkasya'nın Anadolu'ya açılan kapısı olarak görülmektedir. Ahıska'nın 5 ilçesinden sürgüne gönderilen Ahıskalı Türkler günümüzde dünyanın 9 ayrı ülkesinde toplu olarak yaşamaktadırlar. Ahıskalılar Dünyanın 4300'den fazla yerleşim yerinde ikamet etmektedirler.

Ahıskalı Türklerin kültürleri ile ilgili yapılan araştırmanın sonucunda aşağıdaki bilgiler elde edilmiştir:

Sürgün öncesi Ahıskalılar tarım ve hayvancılıkla uğraşmış ve yaylacılık geleneği gelişmiştir. Ahıska Türklerinin ana dilleri Türkçe olmasına rağmen Ahıskalılar bazı Gürcüce ve Rusça kelimeler de kullanmaktadırlar. Bununla birlikte Kıpçak,

Azerbaycan Türkçesi ve Doğu Anadolu ağzındaki bazı kelimelerden de yararlanmaktadırlar. Yaşadıkları bölgelerin dilleri ile birlikte Rusçayı da iyi bilmektedirler. Ahıskalıların Müslüman topluluk oldukları bilinmektedir. Sürgün öncesinde Ahıskalılar Kafkas giyim tarzını benimsemişlerdir. İslam'dan önce yapılan ayinler ve halk geleneği halen devam ettirilmektedir. Ahıskalıların aile yapıları ise ataerkildir ve aile içi kuralları halen devam ettirilmektedir.

Geleneklerini yaşatan toplum 76 yıldır sürgün olmalarına rağmen asimile olmamışlardır. Bu özelliklerinde dışa kapalı toplum olmaları, inançları, ataerkil toplum olup, aile bağlarının çok güçlü oluşu gibi etkenler önemli rol oynamaktadır. Fakat ABD'ye göç eden Ahıskalıların gelecek jenerasyonlarda asimile olmaları endişesi vardır. Masal ve rivayetler konusunda Ahıskalılarda az sayıda kaynaklar mevcuttur. Sözlü kültürün bir parçası olan masal ve rivayetler kayda alınarak korunmaktadır. Edebi ve bilimsel kitapların yazılması Sovyetler sonrası hız kazanmıştır. Günümüzde yazılı edebiyat konusunda Ahıskalıların birçok eserleri mevcuttur.

Tez araştırmasının ikinci bölümünde Ahıskalı Türklerin tarih, etnik köken, coğrafya ve kültürü ile birlikte *Kimlik İnşasında Basın, Kimlik İnşasında STK'lar, Kimlik İnşasında Sinema, Kimlik İnşasında Kültür* konu başlıkları da incelenmiştir. *Kimlik İnşasında Basın* başlığı çerçevesinde yapılan araştırmada Ahıskalı Türklerin toplum kimliklerini oluşturmasında basının önemi ve konumu konusunda bilgiler elde edilmiştir. Bu bilgileri aşağıdaki gibi açıklayabiliriz:

1989 yılında Özbekistan'ın Fergana vilayetinde Ahıskalılarla Özbekler arasında çıkan çatışma ile Ahıskalı Türkler yazılı basında daha çok tanınmaya başlamışlardır. Olayların cereyan ettiği günlerde Türkiye medyası aktif rol almış, olaylar ve Ahıskalı Türkler hakkında günlük paylaşımlar yapılmıştır. 3 Hazirandan itibaren başlayan paylaşımlar neredeyse gazetelerin her yayınında yer almıştır. Türkiye'de Tercüman, Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Türkiye gazeteleri daha aktif yayın yapmış ve Ahıskalıları birçok adla isimlendirmişlerdir. Gazeteler Ahıskalıları yaptıkları yayınlarda Misket, Mesket, Kırım, Kafkas Türkleri, Mesketler, Misketler ve Mesketyalılar olarak tanıtmıştır.

Ahıskalı Türkler Sovyetler sonrası Ahıska'ya geri dönüş mücadelesinde basının gücünden yararlanmaya çalışmış, uluslararası kamuoyunda basının da desteğini alarak kendilerini tanıtmak için çaba göstermişlerdir. İlk kendilerine mahsus 1991 yılında yayına başlamıştır. Bu gazete Azerbaycan'da *Vatan Eşki* adıyla basılmıştır. Türkiye'de

yayına başlayan *Bizim Ahıska* dergisi en uzun süreli yayın yapan dergi unvanına sahiptir. Ahıskalıların tarihte yaşadıkları olaylarla ilgili yapılan basın araştırmasında Türk basının Krosnodar'dan ABD'ye göç ve Kırgızistan'ın Mayevka köyünde çıkan olaylara yer vermediği gözlemlenmiştir. Türk basını Ahıskalıları Ahıska Türkü kelimesi olarak 90'lı yıllardan sonra isimlendirmiştir. Günümüzde Ahıskalı Türklerin kendilerine mahsus yayın kuruluşlarının sayısı 5'i geçmemektedir. Hali hazırda yayına devam eden gazete Kazakistan'da *Ahıska Gazetesi*'dir. Ahıskalılar medyanın gücünü gerektiği kadar kullanamamaktadırlar. Medya kullanımında geleneksel medya çok zayıf kalmıştır. Günümüze kadar Ahıskalılara ait resmi televizyon kanalı olmamış, sadece bazı internet TV'lerin Ahıskalılarla ilgili geçici süreliğine yayınları yapılmıştır. Ahıskalılar kendi kimliklerinin ve kültürlerinin tanıtımında genellikle yaşadıkları ülkelerdeki devlet veya özel TV kanallarından yararlanmaktadırlar. Günümüzde geleneksel medya yerine Ahıskalılar tarafından daha çok sosyal medya tercih olunmaktadır.

Kimlik İnşasında STK'lar: Tez araştırmasının ikinci bölümünde yapılan incelemede Ahıskalı Türklerin kimliklerini inşa ederken sivil toplum kuruluşlarını nasıl kullandıkları konusuna değinilmiştir. Sivil toplum kuruluşlarının Ahıskalı toplum içerisindeki yeri araştırılmış, elde edilen veriler aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

Amerika'da yaşayan Ahıskalı Türkler kurdukları sivil toplum kuruluşları ile kendi kimliklerini korumaya dikkatle yaklaşmaktadırlar. ABD'de Ahıskalılar Türk – Amerikan Dernekler Konseyini kurarak birliklerini güçlendirmeye çalışmaktadırlar. Yaşadıkları her eyalette sivil toplum kuruluşları kuran Ahıskalılar Ahıska kimliği altında bir araya gelmektedirler. Türkiye ve Ahıskalıların toplu olarak yaşadıkları diğer ülkelerde de Ahıskalılar tarafından STK'lar kurulmuştur. Türkiye, Kazakistan'da 2'den fazla sivil toplum kuruluşuna rastlamak mümkündür. Ahıskalılar tarihinde sürgün sonrası kurulan ilk STK ise Uluslararası Vatan Cemiyeti olmuştur. 1964 yılında Bakü'de Ahıskalılar bir araya gelerek STK temellerini atmışlardır. Günümüzde dünyanın farklı ülkelerinde 20'den fazla Ahıskalı STK mevcuttur.

Kimlik İnşasında Sinema: Ahıskalı Türkler günümüze kadar çok az sayıda sinema filmi ortaya çıkarmıştırlar. Sinemanın verdiği imkânları kullanarak kendi toplum kimliklerini kullanmada yeni medya kadar verim elde edebilecekken günümüzde Ahıskalıların bunu gerçekleştiremedikleri gözlenmektedir. Ahıskalıların ilk filmleri *Tatlı Puvar* ve *Borç*'tur. Filmlerin genelinde Ahıskalı aktörler rol almıştır. Maddi desteğin sağlanamaması ve sinema sektöründe çalışan kişi sayısının yok derecesinde

olması, Ahıskalıların yeni filmler çekmesine engel oluşturmaktadır. TRT ve bazı devlet kurumlarının desteği sayesinde belgesel filmlerinin yapımı birkaç yılda bir kez gerçekleştirilmektedir. 1944 sürgününü konu alan *Büyük Sürgün Kafkasya* filminin yazarı, yönetmen ve oyuncuları Ahıskalı değildir. Film Türk diplomat Fırat Sunel'in *Salkım Söğütlerin Gölgesinde* romanı esasında propaganda amaçlı yapılmıştır. Ahıskalıları konu alan filmler uluslararası film festivallerinde gösterilere girmemiştir. Çok az sayıda olan film genellikle Türkiye dışında yapılmıştır. *Büyük Sürgün Kafkasya* filmi hariç Ahıskalı Türklerin yaptıkları filmlerde rol alan kişiler hepsi Ahıskalı Türklerdir ve aktörlerin çoğunluğu alanla ilgili eğitim almamış, amatör aktörlerdir.

Yapılan araştırma sonucu Ahıskalı Türklerin sinemanın gücünü yeterince kullanamadığı tespit edilmiştir. Aslına bakılırsa, yeni medya kadar sinemanın da bir toplumu tanıtma ve kimliğini toplumsallaştırma gücünün olduğu bilinmektedir. Sosyal medyadaki paylaşımlarla birlikte, sinemanın da gücünü kullanabilecek Ahıskalıların gelecek kuşaklarının toplum kimliğini ve varlığını daha iyi bir şekilde sunabilecekleri beklenmektedir.

Kimlik İnşasında Kültür; Ahıskalıların kimlik inşasında kültür etkisi ile ilgili tez araştırmasında yapılan incelemede, kültürün farklı içerikleri ile Ahıskalıların kimliklerini nasıl etkilediğine değinilmiştir. Ahıskalı kültürünün geçmişten günümüze kadar geçen süreçte nasıl korunduğu, günümüzde korunan kültürün Ahıskalı kimliğini nasıl canlı tuttuğu ve geleceğe nasıl kültürel kimlik imajı ulaştırabileceği konusunda sonuç olarak bazı değerlendirmeler yapılmıştır. Bu sonuç bilgileri aşağıdaki gibi olmuştur;

Ahıskalıların çeşitli kültürel faaliyetleri onların aidiyet duygularını güçlendirmektedir. Gerçekleştirilen kültürel etkinlikler vasıtasıyla Ahıskalıların gelenekleri günümüzde de devam ettirilmektedir. Hemşerilik ilişkileri devam ettirilen Ahıskalılarda bu gelenek, dedelerinin doğdukları köyler temel alınarak yaşatılmaktadır. Dağınık yaşamalarına rağmen Ahıskalı Türklerde sülale akrabalığı sıkı bir şekilde devam ettirilmektedir. Bu da akrabalık bağlarının kopmasını engellemektedir. Ahıskalılar akraba kelimesi yerine *kohum* sözünü kullanmaktadırlar.

Ahıskalıların sürgün olundukları ülkelere dikkat ettiğimizde her üç ülkenin de Müslüman ve Türk ülkesi olduğunu görmekteyiz. Kazakistan, Kırgızistan ve Özbekistan'da sürgün sonrası 12 yıl sıkıyönetimle yaşayan toplum aile yapılarını sürgün öncesindeki gibi sıkı sıkıya korumayı başarmışlardır. Mekân, teknoloji ve çevresel farklı etkenler az da olsa Ahıskalıların kültürel kimliğinin değişimine ve kısmi

farklılaşmalara neden olmuştur. Ahıskalı Türklerin yaşadıkları farklı ülkelerde toplumsal kimlik kültürlerinin korunmasında STK'ların çok önemli yeri vardır.

Sivil toplum kuruluşlarının düzenlediği çeşitli etkinlikler geleneklerin yaşatılması ve sürgüne maruz bırakılan Ahıska topraklarına bağımlı kültürün gelişmesi konusunda destek vermektedir. Farklı ülkelerde Ahıskalı STK'ların öncülüğünde gerçekleştirilen sürgün anma gecelerinde sergilenen tiyatro, belgesel ve şiirlerle toplum geçmişle özdeşleşmekte, geçmişini yeniden hatırlamaktadır. Bu tür etkinlikler Ahıskalıların geçmiş ile olan bağlarının güçlü ve canlı tutulmasını sağlamaktadır.

Kültürel varlıkların korunmasında medyanın da büyük rolü vardır. Teknolojik olarak görsel, sözel, duyusal ve yazılı iletişim alanlarında çok gelişen ve değişen dünyamızda medyayı kullanarak kültürel kimliği tüm özellikleriyle yaşatmak, çok güçlü şekilde geleceğe taşımak gerekmektedir.

Tez araştırmasının üçüncü bölümünde Ahıskalı Türklerin yeni medya kullanım olanakları ve yeni medyada temsil biçimleri incelenmiştir. Ahıskalı Türklerin Facebook, Twitter, Instagram'ı nasıl kullandıkları ile ilgili araştırmalar yapılmış ve kullanım biçimleri incelenmiştir. Facebook'ta araştırılan sayfalardan ilki "*Dünya Ahıska Türkleri Birliği"* Facebook sayfası olmuştur. Bir diğer Facebook sayfası ise "*Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği"* Facebook sayfasıdır. Araştırılan sayfalar içerisinde "*Dünya Ahıska Türkleri Birliği"* Twitter sayfası, "*Ahıska"* Twitter ve "*DATÜB Gençlik Kolları"* Instagram sayfaları da yer almaktadır. Yapılan incelemeler sonucu veriler tablo oluşturularak sunulmuştur.

Üçüncü bölümde yapılan araştırma sonuçları ile ilgili aşağıdakileri belirtmek mümkündür:

Yapılan araştırma sonucu Ahıskalı kadın sosyal medya takipçilerinin Facebook, Twitter ve Instagram'ı erkeklerden daha az oranda takip ettikleri tespit edilmiştir. Kadın sosyal medya kullanıcılarını diğer sayfalar ile kıyasladığımızda Instagram'ı diğerlerine nisbetle daha fazla kullandıkları görülmüştür. Tüm sayfalar incelendiği zaman kadın takipçilerin hiçbirinde %50'nin üzerinde takipçi oranı gösteremedikleri tespit edilmiştir. Bu veriler Ahıskalı kadın sosyal medya kullanıcılarının pasif olduğunu ve erkeklerin gözle görünür seviyede daha fazla sosyal medya kullanıcıları olduklarını göstermektedir. Erkek takipçilerinin oranlarına dikkat ettiğimizde sadece Instagram'da %70'in altında bir takipçi verisine sahip oldukları görülmektedir. Diğer tüm sayfalarda takipçi veri göstergesi %70'in üzerindedir.

Yukarıdaki paragraftan yola çıkarak bir çok fikri ortaya atmak mümkündür. Kadın takipçilerin erkeklere nazaran daha az orana sahip olması, hatta bu göstergenin erkeklerle kıyaslandığında 1/3'e denk gelmesinin bir çok nedeni olabilir. Nedenlerden biri olarak Ahıskalıların genel kültüründe kadınların daha çok kendilerini toplumdan tecrit etmeye yatkın olmalarıdır. Bu durum göründüğü gibi sanal topluluklarda da kendisini göstermektedir. Ahıskalı kadınlar daha az sosyal medya sayfaları açmakta ve kendilerini sanal topluluklardan uzak tutmaya çalışmaktadırlar. Erkekler daha çok aile içerisinde teknoloji kullanıcısı olmaktadırlar. Bu nedenle de kadınların erkeklere nazaran kullanıcılık oranı daha düşük olabilir. Erkeklerin ailedeki kadın fertlerin sosyal medya kullanıcılığını kısıtlaması da Ahıskalı kadın sosyal medya takipçilerinin oranını düşürebilir. Tüm bu belirtilen varsayımlar ayrıca bir araştırma konusudur. Gelecekte Ahıskalıların cinsiyete göre sosyal medya kullanıcılık oranları ile ilgili ayrıca bir çalışma yaparak, sosyal psikolojik aile etkileri araştırılabilir.

Yapılan araştırma zamanı farklı dergi, iş yeri, kurum ve kuruluşların adına oluşturulan profillerin Ahıskalı sosyal medya sayfalarını takip ettikleri görülmüştür. Bu tür takipçiler cinsiyet kategorisinde özel cinsiyet olarak kaydedilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sadece bir sosyal medya sayfasında bu gösterge ciddi bir şekilde oranlara etki etmektedir. Bu da Ahıska Twitter sayfasıdır. Sayfada özel cinsiyet kategorisinde olan takipçiler genel sayfa takipçilerinin %10'nu oluşturmaktadır. Şunu da kaydetmek gerekir ki, yapılan araştırmalar Ahıskalıların toplu olarak takip ettikleri karma kitlelere sahip olan sosyal medya sayfaları üzerinde yapılmıştır. Özel etkinlik veya organizasyonlar için kurulan sayfalarda yapılacak cinsiyet araştırmaları farklı göstergeler sergileyebilir.

Tez araştırmasının üçüncü bölümünde Ahıskalı Türklerin yaş aralıklarına göre sosyal medya kullanım olanakları da incelenmiştir. Sosyal medya sayfaları üzerinde yapılan araştırmada Facebook ve Instagram'da en fazla takipçiye sahip olan yaş aralığının 25-34 olduğu tespit edilmiştir. Bu gösterge daha çok gençliğin olgun dönemlerindeki Ahıskalı bireylerin Facebook ve Instagram kullandığını sergilemektedir. Belirtilen sayfalardaki 25-34 yaş aralığındaki takipçiler, sayfaların genel takipçilerinin %30'nu oluşturmaktadır. Bu da gösterilen yaş aralığındaki sosyal medya takipçilerinin genel takipçilerin ortalama 1/3'ni oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Facebook'ta Ahıskalı kullanıcıların en az takipçi oranındaki yaş aralığı 13-17 olmuştur. Bu yaş aralığındaki kişiler toplam sayfa takipçilerinin %1'ni oluşturmaktadır. Sosyal medya sayfaları incelendiği zaman her bir sayfanın en fazla

ve en az takipçi oranları da gözden geçirilmiştir. DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasına dikkat ettiğimiz zaman en az takipçi oranının 55-64 ve 65 yaş üstünde olduğu görülmüş ve bu yaş aralıklarında sayfa takipçileri genel takipçilere kıyaslandığında %2'lik bir gösterge sergilemektedir. Bu göstergelerden yola çıkarak Ahıskalı Türklerin sosyal medya sayfalarını takip etme oranının yaşlara göre büyük farklılık gösterdiğini söylemek mümkündür. Genelde orta yaş aralığındaki Ahıskalılar daha çok sosyal medya takipçisidirler. 13-17 ve 65 yaş üstündeki Ahıskalılar en az takipçi sayısına sahiptirler.

65 yaş üstü Ahıskalıların neden daha az takipçi sayısına sahip olduklarını onların teknoloji ile daha geç yaşlarda tanıştığından kaynaklandığını söylemek mümkündür. Fakat 18 yaşa kadar Ahıskalıların neden daha az takip etme sayısına sahip olduğunu ise araştırmak gerekmektedir. Bu konuda fikir ifade etmek gerekirse, bu yaştaki Ahıskalı gençlerin daha çok ciddi paylaşım sayfaları değil, daha çok eğlence karakteri taşıyan sosyal medya sayfalarını takip etmeleri ile ilişkilendirmek mümkündür. Bu sadece varsayımdır ve ciddi bir araştırma ihtiyacı duymaktadır.

Ahıskalı Türklerin takip ettikleri sosyal medya sayfalarının en çok hangi ülkelerden takip edildiğine dair üçüncü bölümde yapılan araştırmada en az takipçi sayısına sahip ülkeler de dâhil edilerek incelenmiştir. Yapılan araştırma zamanı sosyal medya sayfaları içerisinde en fazla takipçiye sahip ülkenin Türkiye olduğu tespit edilmiştir. Araştırılan sayfalar içerisinde Türkiye % 83 gösterici ile DATÜB Twitter sayfasında en fazla takipçiye sahip ülke olmuştur. Türkiye incelenen sayfalar içerisinde en fazla göstericiyi DATÜB Twitter sayfasında sergilemiştir. Yine Twitter kullanıcıları olan Ahıskalıların hangi ülkede daha fazla takipçiye sahip oldukları araştırılmıştır. Yurtdışında Twitter kullanıcılarının sayısı Türkiye ile kıyaslandığında yurtdışındaki kullanıcı oranının çok düşük olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıdaki paragrafta verilen bilgi ve gözlemler ışığında bazı fikir ve tespitler şöyledir; Öncelikle Türkiye'deki Ahıskalıların Facebook, Twitter ve Instagram sayfalarında diğer ülkelerdeki Ahıskalılara oranla yüksek göstergelerde takipçi sayısına sahip oldukları görülmektedir. Bunun birkaç sebebi olabilir. Bu sebeplerden biri olarak Ahıskalıların Türkiye dışındaki ülkelerde daha çok köylerde ve kırsal alanlarda yaşaması, kentlilik kültürünün dışında ve dış çevreye kapalı olmalarıdır. Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye hariç diğer ülkelerde Ahıskalıların çoğunluğu genellikle köylerde ikamet etmektedirler. Bu da doğal olarak Ahıskalıların internete erişimini ve teknolojik gelişmelere ulaşımını zorlaştırmaktadır. Amerika Birleşik

Devletleri'ne göç eden Ahıskalıların sayısı dünyadaki genel sayıyla kıyaslandığında düşük göstergeye sahiptir. Bu nedenle bu ülkede yaşayan Ahıskalıların sosyal medya kullanıcılığı Türkiye'nin çok gerisinde kalmaktadır. Amerika ile ilgili değerlendirmeleri ayrıca kendi özelinde Ahıskalı nüfus, yaş grubu sayıları, cinsiyete göre sayıları gibi kriterler dikkate alınarak oranlama ve değerlendirmeler yapmak ayrıca bir çalışma konusudur. Sosyal medya etkisi, kullanımı, kullanım zamanları, içerikler vb. kriterler dikkate alınarak yapılacak çalışmalar çok daha gerçekçi sonuç verilerini elde etmemize yarar sağlayacaktır.

Tez araştırmasının üçüncü bölümünde en çok sayfa takipçisinin yaşadığı şehirler de incelenmiştir. Yapılan araştırma sonucu sayfalar içerisinde en fazla takipçi sayısına sahip olan şehrin Bursa olduğu tespit edilmiştir. Bursa incelenen 5 sayfanın 4'ünde en çok takipçiye sahip şehir statüsüne sahiptir. Bursa DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfasında %37,49 takipçi göstergesi ile araştırılan sayfalar içerisinde en fazla orana sahip şehirdir. Sosyal medya sayfalarında yapılan araştırmada en az takipçiye sahip şehirler de tespit edilmiştir. Yapılan araştırmaya göre, sayfalar içerisinde en az takipçiye sahip şehirler listesinde Moskova, İzmir ve Bakü yerleşmektedir. Şehirlerin sayfalar üzerinde en az takipçiye sahipliği ile ilgili göstergeye dikkat ettiğimizde, DATÜB Facebook ve DATÜB Bursa İl Temsilciliği Facebook sayfalarında Moskova, DATÜB Twitter sayfasında İzmir, DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfasında ise Bakü en az takipçi sayısına sahip şehirler olduğunu görmek mümkündür.

Yukarı paragraftaki bilgilere esasen Bursa'nın en fazla takipçi oranına sahip şehirler listesinde başı çektiğini söylemek mümkündür. Bunun nedeni ise son yıllarda Bursa'ya daha çok Ahıskalı kitlesinin birikmesi ve diğer şehirlerde Ahıskalı nüfusunun az olmasıdır. Bursa artık dünyada Ahıskalıların en fazla ikamet ettiği şehir statüsüne sahiplenmektedir. Türkiye dışında Bursa kadar Ahıskalının ikamet ettiği şehirler olsa da, Ahıskalılar buralarda daha çok şehir kırsalında veya köylerde yaşamaktadır. Doğal olarak internete erişimi zayıf oldukları için sosyal medya kullanım olanakları da zayıftır.

Tez araştırmasının üçüncü bölümünde 5 farklı sosyal medya sayfasının 30 günlük paylaşım takipleri yapılmıştır. *Dini Bakışın Sunumu, Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyet Duygusunun Sunumu, Politik Bakışın Sunumu, Kültürel Bakışın Sergilenmesi ve Haberleşme Aracı Olarak Kullanım* başlıkları incelenmiştir. Elde edilen veriler grafik haline getirilerek yorumlanmıştır. Altı başlık çerçevesinde yapılan takipler zamanı 17 Şubat 2019 tarihinde DATÜB Facebook sayfasında 64 paylaşımın yapıldığı ve bu

sayının tüm sayfaların günlük takipleri içerisinde en yüksek gösterge olduğu tespit edilmiştir. Sayfaların günlük takiplerinde en fazla aylık paylaşıma sahip olan sayfanın Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook sayfası olduğu ortaya çıkarılmıştır. Sayfada bir ay içerisinde belirtilen başlıklar çerçevesinde 538 paylaşımın olduğu görülmektedir. Araştırmada sayfaların takipçileri ile paylaşım oranları arasında ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir. Sayfa takipçilerinin aktif olup olmadığı daha çok öneme sahiptir. Az sayıda takipçi sayısına sahip olsa da, daha fazla paylaşım yapan sosyal medya sayfalarına rastlanmıştır. DATÜB Gençlik Kolları Instagram sayfası Dini Bakışın Sunumu başlığı altında en yüksek paylaşıma sahip olan sayfadır. DATÜB Facebook sayfası ise Sosyal Açının Sunumu, Milli ve Aidiyet Duygusunun Sunumu, Politik Bakışın Sunumu, Kültürel Bakışın Sergilenmesi ve Haberleşme Aracı Olarak Kullanım başlıklarının hepsinde en fazla paylaşıma sahiptir.

Yukarıda belirtilen altı başlık çerçevesinde sayfalar içerisinde yapılan araştırmalarda bazı sayfaların konu başlıkları çerçevesinde paylaşım yapmadığı tespit edilmiştir. Bu sayfalardan biri de DATÜB Türkiye Bursa İl Temsilciliği Facebook'tur. Sayfada Dini Bakışın Sunumu, Milli ve Aidiyetin Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu konularında her hangi paylaşım yapılmamıştır. Bazı sayfaların ise bir konu etrafında yüksek sayıda paylaşım yaptığı görülmektedir. Örneğin, DATÜB Facebook sayfası Sosyal Açının Sunumu konusunda 229, Haberleşme aracı olarak sunum konusunda ise, 117 paylaşım yapmakla bir konu ile ilgili diğer sayfalardan daha fazla paylaşıma sahiptir. Bu da sayfaların alanlara göre paylaşım profili sergilediğini göstermektedir.

Bir önceki paragrafta verilen bilgilere dikkat edersek, Ahıskalı Türklerin oluşturduğu sosyal medya sayfalarında farklı konularda farklı paylaşım oranlarının olduğunu görmek mümkündür. Bazı sayfalarda belirtilen başlıklar çerçevesinde paylaşımların hiç olmaması dikkat çekmektedir. Bununla birlikte bazı konularla ilgili de yüksek sayıda paylaşımın olması gerçeği mevcuttur. Bütün bu göstergeler Ahıskalı Türklerin oluşturduğu gruplar arasında paylaşımların içeriği ile ilgili farklılıklar olduğunu ispat etmektedir.

Ahıskalı Türkler üzerine yapılan kimlik araştırması ve yeni medya kullanımı konusunda genel fikir belirtmek gerekirse, Ahıskalıların sosyal medyanın sunduğu imkânlardan doğru biçimde yararlanmasında fayda vardır. Dünyanın farklı ülkelerine dağılarak yaşayan bir toplumun bir araya getirilmesinde sosyal medyanın rolü büyüktür. Ahıskalılar da sosyal medyanın sunduğu imkânlardan yararlanarak kendilerinin sosyal

topluluklarını oluşturabilirler. Sosyal topluluklar vasıtasıyla da kendi kimlik serüvenlerini yaşatabilir, kültür ve geleneklerinin sürdürülebilirliğini temin edebilirler. Sosyal medyanın bireyler için sunduğu sosyokültürel, psikolojik, toplumsal ve teknik imkânlardan yararlanarak geleneksel medya vasıtasıyla elde edemediklerini gerçekleştirebilirler.

Kimliklerinin korunması konusunda Ahıskalılar sürgün olundukları Ahıska başta olmakla, bu bölgedeki ilçe ve köylerinin isimlerini unutmamalıdırlar. Günümüzde halen devam ettirilen nerelisin kelimesine Ahıska'daki köy isimleri ile verilen yanıtlar önem taşımaktadır. Kimlik kaybının önlenmesi açısından gelecek kuşağın geçmişinin sürgün edildiği köyleri unutmaması büyük öneme sahiptir. Bununla birlikte Ahıskalıların sürgün sonrası farklı ülkelerde yaşadıkları olayları da unutmamaları gerekmektedir. Çünkü Ahıskalıları kendi kimlikleri etrafında bütünleştiren nedenlerden biri de sürgün ve ardından yaşanan zorluklardır. Tarihte yaşanan olaylar sosyal medya sayfalarında paylaşılarak hafızalardan silinmesinin önüne geçilebilir. Fakat bu olayları sosyal medyaya yansıtan kişilerin diğer toplumlarla Ahıskalılar arasında ortaya çıkabilecek sorunlara karşı dikkatli olmaları gerekmektedir. Örneğin, 1944 yılında yaşanan sürgüne sebep olan toplumu Gürcüler olarak göstermek yanlış algıya neden olabilir. Bu nedenle geçmişte Sovyet idarecilerini sorunlu tutmak daha doğru bir yaklaşım olabilir. Aynı zamanda 1989 yılında Özbekistan'da Özbeklerle Ahıskalı Türkler arasında yaşanan Fergana faciasını ve 2010 yılında Kırgızistan'da Kırgızlarla yaşanan Mayevka olaylarını da sosyal medya sayfalarına taşırken Ahıskalı sosyal medya sayfa kullanıcılarının dikkatli olması gerekmektedir. Günümüzde Orta Asya ülkelerinde yaşayan binlerce Ahıskalı vardır. Yanlış yayınla hem onların can güvenliği tehlikeye atılmış olur, hem de bu toplumlarla Ahıskalılar arasında gelecekte de sorunların yaşanmasına zemin oluşturulabilir.

Ahıskalılar Türkiye'ye göç etmek isteyen soydaşlarının sorunlarını kökünden çözmek zorundadırlar. Her yıl binlerce Ahıskalı Türkiye'ye göç ederek ikamet ve vatandaşlık gibi sorunlarla yüzleşmektedirler. 1992 yılında çıkarılan 3835 Sayılı Kanun yeniden aktif hale getirilmeli ve Türkiye'de yaşamak isteyenlerin iskân sorunu tamamen çözülmelidir. Yaşadıkları ülkelerde asimile olacağını düşünen ve asimile olma tehlikesi altında olan Ahıskalılar istediği zaman Türkiye'ye göç edebilir. Böylece kimlik kaybı korkularının önüne geçilmiş olur. Yapılan araştırmada sonuç olarak kabul edilen bir diğer fikir ise Ahıskalıların kendilerini uluslararası kamuoyunda yeterli bir seviyede tanıtması ve temsil etmesidir. Ahıskalı Türkleri Dünya Ahıska Türkleri Birliği

(DATÜB) olarak Avrupa Konseyi Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Konferansı (INGO) üyeliğine kabul edilmiştir. Fakat günümüzde bu konudaki çalışmalar yeterli görünmemektedir. Avrupa konseyi ile temaslar sıkılaştırılmalı, sürgün sonrası hakları iade edilmeyen Ahıskalılarla ilgili çalışmalar geliştirilmelidir. Bu da Ahıskalıların ulusal kimlik bilinçlerinin güçlenmesinde, uluslararası kamuoyu tarafından ulusal kimliklerinin tanınmasında büyük öneme sahiptir.

Son birkaç yılda Ahıskalı Türkler Türkiye devletinin verdiği imkânlardan yararlanmaktadırlar. Uzun dönem ikamet izinleri, istisnai vatandaşlık gibi ayrıcalıklar Ahıskalılar için tanınmaktadır. 2014 yılında Rusya ve Ukrayna arasındaki çatışmanın ortasında kalan bazı Ahıskalı Türk aileleri Bitlis ve Erzincan illerine getirilerek yerleştirilmişlerdir. Atılan bu adım Ahıskalılar için özel bir çalışma sayesinde olmuştur. 2019 yılında Cumhurbaşkanlığı Külliyesinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımı ile Ahıskalı Türklerin sürgünün 75.yıldönümü anım programı gerçekleştirilmiştir. İlk kez Türkiye'de Külliye içerisinde bu tür program hayata geçirilmiştir. Tüm bunları Ahıskalı Türkler Türkiye kamuoyunda kazandıkları saygınlık ve geçmiş bağları ile ilişkilendirmektedirler. Bu güveni Ahıskalılar bundan sonraki süreçte de kaybetmemeli, daha da ileriye taşımalıdırlar. Bundan sonra atılacak adımlar Ahıskalıların Türkiye'deki kimliklerini pozitif veya negatif etkileyecektir. Bu konuda tüm ipler Ahıskalı Türklerin kendi ellerindedir. Netice itibariyle toplum bilinçlerini geliştirmelerine büyük ihtiyaç vardır.

Günümüzde Ahıskalılar tarafından kurulan sivil toplum kuruluşlarında Ahıska adı kullanılmaktadır. Ahıska'daki ilçelerin ve köylerin unutulmaması açısından gelecekte kurulacak STK'larda Ahıska ismi ile birlikte ilçeler veya köy isimlerinin kullanılmasında fayda vardır. Atılacak bu adımla Ahıskalıların bölgeye yönelik kimlik kaybının karşısına geçilmiş olacaktır. Diğer taraftan, dünyanın farklı ülkelerinde ve Türkiye'de yaşayan Ahıskalıların kurdukları şirket ve işletmelerde Ahıska'nın, ilçe ve köylerinin isimlerinin kullanılmasına da özen gösterilmelidir. Böylece Ahıskalıların milli kimlik bilinci olan bu adların gelecek kuşaklara aktarımı sağlanmış olacaktır.

Gelenekler genellikle şehirleşmiş bölgelerde kaybolmakta ve toplumun ortak bir şehir geleneği oluşmaktadır. Ahıskalılar Türkiye'ye göç ettikten sonra burada şehirlileşmeye başlamıştır. Sonuç olarak geleneklerinin bir kısmını yaşatmaktan vazgeçmiş, adetlerinden uzakta kalmışlardır. Türkiye'de de diğer ülkelerde olduğu gibi Ahıskalıların ikamet edecekleri köyler oluşturulmalıdır. Eskiden günümüze gelen kültürleri bu köylerde devam ettirilmelidir. Böyle olduğu zaman Ahıskalılar kültürel

kimlik kaybının önüne geçmiş olurlar. Ahıskalılar dil bağlamında da kendi kültürlerini devam ettirmelidirler. Çünkü asimile olan toplumlarda ilk belirtiler dille başlamaktadır ve daha sonrasında diğer kültürel yapıları da içerisine alan değişiklikler bir toplumu kısa sürede asimile edebilmektedir. Daha fazla akademisyen, yazar ve şair yetiştirmeleri gerekmektedir. Bununla birlikte aile yapılarını da korumaya özen göstermeleri gerekmektedir. Dilden sonra aile yapısı da asimile olma yolunda büyük paya sahiptir. Örneğin, Amerika'da Molokanlar gibi birçok toplum yabancılarla yapılan evliliklerin ardından hızlı bir şekilde asimileye maruz kalmışlardır. Amerika'da ve diğer ülkelerde yaşayan Ahıskalıların geleneksel Ahıskalı aile kültürlerini yaşatmalarında fayda vardır.

Yaşadıkları ülkelerde kalmak isteyen Ahıskalılara yönelik atılacak adımlara dikkat ettiğimizde, Türkiye'de hazırda onlar için sunulan uzun dönem ikamet izinlerinden faydalanmalarında yarar olduğu görülmektedir. Böyle olduğu zaman daim Türkiye ile bağlarının olduğunu bilinçaltında yaşatmış olacaklardır. Bu çalışmaları daha çok Türki Cumhuriyetleri dışında; Amerika, Rusya ve Ukrayna gibi ülkelerde hızlı bir şekilde gerçekleştirmek gerekmektedir. Türkiye devletinin de desteğini alarak Ahıskalılar bu ülkelerde kimlik kaybını önleyici kültürel programlar hayata geçirmelidirler. Sürgünden sonra üçüncü ve artık dördüncü kuşağı yaşayan Ahıskalıların bundan sonraki zaman diliminde Türki olmayan cumhuriyetlerde *Ahıskalılık* kimliklerini devam ettirmelerinde büyük sorunlar yaşayabilir. Yeni kuşak diğer kültürler içerisinde kaynayıp karışabilir.

Ahıskalı Türkler geleneksel medyanın sunduğu imkânlardan yararlanmalıdırlar. Toplum için günümüzde birkaç süreli yayın mevcut olmalıdır. Sadece Kazakistan ve Azerbaycan'da birkaç ayda bir kez çıkarılan gazete ve bir de dergi mevcuttur. Ahıskalı Türklerin kendilerine ait televizyon kanalları bulunmamaktadır. Bu durum Ahıskalıların geleneksel medyanın imkânlarından yeterince yararlanamadığını göstermektedir. Ahıskalı Türkler geleneksel kitle iletişim araçlarının sayısını artırmalı ve yaşadıkları ülkelerde yayınları ile kendi kültürlerini yaşatmalıdırlar. Ahıskalıların yakın geçmişine dikkat ettiğimizde sinema konusunda çok az sayıda film ortaya koyduklarını görmekteyiz. Yapılan filmler daha çok elden ele gezerek izlenilmiş, televizyon kanallarında sürekli yayınları yapılmamıştır. Bu da o demektir ki, Ahıskalılar tarafından yapılan filmler sadece kendi çerçevelerinde izlenilmiş, daha geniş sahnelerde yerini alamamıştır. Ahıskalı Türklerin geleneksel medyayı hedeflerine uygun yararlanmasında sivil toplum kuruluşlarının da rolü olmalıdır ve bu yükü üstlenerek toplumun geleneksel medya kullanımından hareketliliğini artırmalıdır.

Dünyanın farklı ülkelerinde yaşayan Ahıskalı Türkler kendileri için çatı kuruluşu oluşturmalıdırlar. Bu çatı kuruluşu bünyesinde toparlanan STK'lar faaliyetlerini ortak tüzüğe göre şekillendirmelidirler. Ortak fikirlerin gayesinde ileriye yönelik çalışmalar gerçekleştiren bu çatı kuruluşun yönetim kurulu ve başkanı yine STK başkanlarının onayı ile seçilmelidir. Günümüzde faaliyetini sürdüren sivil toplum kuruluşlarının yönetim şekillerinde revize yapmak gerekmektedir. Dernekler daha çok günümüzde çay bahçesi veya lokaller olarak faaliyetini sürdürmektedir. Dernek binaları oyun oynanan ve çay içilen yerler anlamından arındırılarak halka hizmet merkezleri olarak tanıtılmaya ve hizmet vermeye başlamalıdırlar. Ahıskalılar Türki olmayan cumhuriyetlerde bir arada toplu olarak yaşamakta ve birliklerini sürdürmeye çalışmaktadırlar. Fakat Türki cumhuriyetlerinde ve Türkiye'de yerel toplumlarla kaynayıp karıştıklarından birkaç kuşak sonrasında Türk toplulukları içerisinde Ahıskalılık kimliğinden arındırılarak asimile olunabilirler. Asimilenin önüne geçmek için Ahıskalıların kendi STK'larının hedefe uygun şekilde faaliyetlerini yürütmelerine ihtiyaç duyulmaktadır.

Ahıskalı Türkler adına yeni medya araçlarında kurulan sayfalara yönelik nezaret fonksiyonu geliştirilmelidir. Ahıska ismini taşıyan sosyal medya sayfalarına ciddi nezaret olunmalıdır. Sosyal medya sayfasını oluşturan yöneticilerin kimlikleri araştırılmalıdır. Çünkü Ahıska adına oluşturulan sayfada Ahıskalılar aleyhine propaganda yapılabilir, Ahıskalılar yaşadıkları ülkelerde yerel toplumlarla tatsız olaylara sürüklenebilir. Nezaret fonksiyonunu çatı kuruluşu olarak nitelendirilen birlik hayata geçirmelidir. Günümüzde Ahıskalılar adına oluşturulan sosyal medya sayfalarına dikkat ettiğimizde, herkesin Ahıska adına sayfa oluşturma hakkının olduğunu görmekteyiz. Bu da Ahıskalılar adına büyük tehlike anlamına gelmektedir. Örneğin, Ahıskalı toplumun Ahıska'ya geri dönüşünü istemeyen toplumlar veya yaşadıkları ülkede Ahıskalıların sürekli kalmasına rıza göstermeyen birey veya topluluk üyeleri tarafından Ahıska adına sayfa oluşturulabilir ve Ahıskalılara yönelik kara propaganda gerçekleştirilebilir. Bu da Ahıskalılar adına büyük tehlike anlamına gelmektedir.

Yeni medyanın sunduğu imkânlardan Ahıskalılar olabildiğince yararlanmalı, geleneksel medya kullanımı konusundaki eksikliklerini gidermelidirler. Ahıskalılarla ilgili oluşturulan sosyal medya sayfalarının birçoğu Türkiye temellidir. Sadece Türkiye'de oluşturulan sayfalarla Ahıskalıların geneline hitap edebilmek mümkün değildir. Bu nedenle, Ahıskalılar yaşadıkları ülkelerde kendi ülkelerine has sosyal medya sayfaları oluşturmalı ve olabildiğince kendi ülkelerinden olan sosyal medya takipçilerini sayfalarına davet etmelidirler. Ahıskalı Türklerin sosyal medya

kullanıcılığı konusunda kimlik araştırması yaparken yaş ve cinsiyete göre paylaşım oranlarına da dikkat etmek gerekmektedir. Tez araştırmasında beş sayfa üzerinde yapılan araştırma zamanı Ahıskalı kadınların sosyal medya kullanımı konusunda erkeklerin çok gerisinde kaldığını görmekteyiz. Kadınların da katılımcılığını artırmak maksadıyla Ahıskalı kadınların sosyal medya sayfalarını aktif şekilde kullanmasını temin etmek gerekmektedir. Ahıskalı kadınların daha aktif olabileceği ve kendi fikirlerini serbest şekilde ifade edebilecekleri sosyal medya sayfalarının oluşturulmasına ihtiyaç vardır. Bununla birlikte bazı yaş gruplarında sosyal medya takipçilik oranlarının çok düşük olduğunu görmekteyiz. Bir toplumun kimlik yapısının tamamlanmasında cinsiyet kadar her yaş grubundan olan sosyal medya takipçilerinin de katılımcılığı önemlidir. Sayfa yöneticileri yaptıkları paylaşımlarda her yaş grubundan katılımcıya hitap edebileceğini dikkate alarak paylaşımları gerçekleştirmeleri gerekmektedir.

Son olarak belirtmek gerekirse, yeni medya günümüzde toplumun her kesiminden bireylere serbest şekilde kullanma olanağı tanımaktadır. İster bireysel, isterse de toplumsal olarak sosyal medyanın amaca uygun bir şekilde kullanılması kısa sürede pozitif etkilerini göstermektedir. Ahıskalılar da ellerindeki bu imkânı iyi değerlendirerek kültürel ve toplumsal kimliklerini geliştirebilirler. Böylece sürgün sonrası yaşamlarında geleneksel medyanın sunduğu imkânlardan yararlanamasalar da bu boşluğu yeni medya ile doldurabilirler.

KAYNAKÇA

Alioğlu, Nazan (2013). Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Yeni Medya Sanatı: Kuramsal Bir Deneme, Yeni Medya Üzerine Yeni İletişim Teknolojiler. (Ed.) Müge Demir. Konya: Literatürk Yayınevi.

Arslan, Müge (2014). "Haymatlos" Kavramının Türkçedeki Serüveni." Türkbilig Dergisi, (27), 121-135.

Aslı YURDİGÜL, Uğur ÜNAL, vd (2018). "Ahıska Türkleri'nin Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Kültürel Etkileşim Süreci Üzerine Bir Araştırma". Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23 (1), 421- 436.

Aydıngün, Ayşegül, İsmail Aydıngün (2014). Ahıska Türkleri Ulusötesi Bir Topluluk Ulusötesi Aileler. Ankara: SFN Televizyon Tanıtım Tasarım Yayıncılık.

Ayşegül Aydıngün, Çiğdem Balım Harding, vd (2006). "Meskhetian Turks: An Introduction to their History, Culture and Resettlement Experiences", The Center for Applied Linguistics and Cultural Orientation Resource Center - Center for Applied Linguistics, (20), 15-17.

Bayraktar, Rasim (2013). Eski Sovyetlerde Türk Kimliği. Ankara: Berikan Yayınevi.

Bayramov, Firiddin (2006). Ahıska Türklerinin Anayurda Dönüş Mücadelesi ve Fergana Olaylarının Türk Medyasına Yansıması. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bezci, Bünyamin (2015) (Ed.) Özlem Oğuzhan. Kamusallığı Akıcı Kılan Ama Temsiliyeti Buharlaştıran Bir Sorun Olarak Sosyal Medya, İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Bulloch, Tanya (2007). "50 Years of Statelessness: The Case of the Meskhetian Turks of Krasnodar Krai". http://www.trincoll.edu/lingua/Contributions 2007 2008/Essays/ Bulloch Meskhetian.Paper.pdf.

Buntürk, Seyfeddin (2005). 20. Yüzyılda Ahıska Türkleri. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Cengiz, Serkan, Fahrettin Demirağ, Teoman Ergül vd (2008). Durmuş Tezcan, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararları Işığında Ceza Yargılaması Kurum ve Kavramları, Avrupa Konseyi ve Türkiye Barolar Birliği. Ankara: Şen Matbaa.

Chatfield, Tom (2012). How to Thrive in the Digital Age Paperback. 2019: blog -Tom-Chatfield/e/B006GQUQF6/ref=dp_byline_cont_book_1.

Christakis, Nicholas, James Fowler (2012). Sosyal Ağların Şaşırtıcı Gücü ve Yaşantımızı Biçimlendiren Etkisi. (Çev.) Derya Yüksel. İstanbul: Varlık Yayınları.

Cuevas, Arleen, Fritz Kohle (2014). Sosyal Medya: Öğretme ve Öğrenme Yollarımızın Değişimi, Sosyal Medya Devrimi. (Ed) Barış Çoban. İstanbul: Su Yayınevi.

Çehov, Ahmad (2014). “Ahıskalılık ve Demokrasi”. (Ed) Rasim Bayraktar. Uluslar arası Ahıskalı Türklerin Hukuki ve Sosyal Sorunları Sempozyumu. Giresun: 505-515.

Çınar, İkram (2015). Atabek Yurdu Jeokültürel Yaklaşım. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.

Dedeoğlu, Gözde (2013). “Medya ve İletişim Çalışmalarında Teun A. van Dijk’ın Yaklaşımı Bağlamında Eleştirel Söylem Çözümlemesi ve Söylem Olarak Haberin Çözümlenmesi”, Sosyal Bilimler Dergisi, (3), 40-47.

Dellaloğlu, Besim (2015) (Ed.) Özlem Oğuzhan. Mesafeli Yakınlık: Faebook ve Twitter Çağının Yeni Toplumsallığı, İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Demiray, Erdinç (2011). Ahıska Türkleri Ağzı. Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Kayseri.

Demiray, Erdinç (2012). “Anavatanlarından Sekiz Ülkeye Dağıtılmış Bir Halk: Ahıska Türkleri”. Türkçe Çalışmaları - Uluslararası Diller İçin Süreli Yayınlar, Edebiyat, Türkçe ve Tarihi, 7 (3), 877-885.

Demircan, Birol (2016) (Ed.) Çağlar Deniz. İnternet Kamusal Alan Olabilir mi?, Yeni Medya ve Toplum Disiplinler arası Yaklaşımlar. Konya: Literatürk Yayınevi.

Deveci, Akın (2015). Politik Aktörlerin Politik İletilerinde Kolektif Kimliğin Tasarımı Ve Araçsallaştırılması: Dtp - Bdp Politik Aktörlerinin İletilerinin İçerik Analizi. Doktora Tezi, T.C. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Kocaeli.

Devrişova, Nilüfer (2011). "Kırgızistan Olayları ve Ahıska Türkleri". Bizim Ahıska Dergisi, (18), 3-6.

Duran Okur, Hatice (2016). Sosyal Ağların Gençliğin Değerlerine Etkisi, Yeni Medya ve Toplum Disiplinler arası Yaklaşımlar. (Ed.) Çağlar Deniz, Banu Hülür. Konya: Literatürk Yayınevi.

Durdağı, Akan, Sinan Yalçın vd (2017). "Erzincan'da Yaşayan Ahıskalı Türk Öğrencilerin Eğitim Sürecinde Yaşadıkları Sorunların Öğretmen Görüşlerine Göre İncelenmesi". (Ed.) Hüsrev Akın, Uluslararası Ahıska Türkleri Sempozyumu. Erzincan: Erzincan Üniversitesi: 271-272.

Durmaz, Betül (2015). Sürgün Edilmiş Topluluklarda Etnik Sınırlar ve Kimlik: Türkiye'de ve ABD'de Yaşayan Ahıska Türklerinin Karşılaştırmalı Analizi. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Eagleton, Terry (1996). İdeoloji. (Çev.) Muttalip Özcan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Eda Öztürk, Gül Şener vd (2016). "Sosyal Medya Çağında Ürün Yerleştirme: Instagram ve Instabloggerlar Üzerine Bir İçerik Analizi". Global Media Journal TR Edition, 6 (12): 364.

Eraslan, Levent, Derya Çakır Eser (2015). Sosyal Medya Toplum Araştırma- Sosyal Medya Sosyolojisine Giriş. İstanbul: Beta Basım Yayınevi.

Etyemez, Ramazan (2016). Ahıska Türkleri Folkloru Üzerine Bir Araştırma (Kazakistan-Almatı Bölgesi. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Faigov, Orkhan (2015). Ahıskalı Türklerin Türk Basınında Sunum Biçimi 1944 Ahıska Sürgünü, 1989 Fergana Faciası, 2004 Krosnodar Göçü ve 2010 Kırgızistan Çatışması Örnek Olayları. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Faigov, Orkhan (2017). “Ahıskalı Kimliğinin Küreselleşmesi”. (Ed.) Hüsrev Akın. Uluslararası Ahıska Türkleri Sempozyumu. Erzincan: Erzincan Üniversitesi: 497.

Fuchs Christian (Çev: Diyar Saraçoğlu, İlker Kalaycı) (2016). Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş. Ankara: Nota Bene Yayınları.

Fuchs, Christian (2016). “Critical Theory of Communication”. University of Westminster Press, 1 (1), 211-216.

Gafuroğulları, Deniz (2015) (Ed.) Deniz Yengin. Sosyalleşme Olgusu ve Tüketim Toplumunda Pinterest Kullanımı. İstanbul: Paloma Yayınevi.

Gökırmak, Mert (2012). Küreselleşen Dünyada Diplomasi: Kamu Diplomasisi. İstanbul: Kamu Diplomasisi Enstitüsü, 3.

Gölen (Çelik), Berşan (1999). Ahıska’nın Elden Çıkışı. Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.

Gülçin Salman ve Erhan Eroğlu (2017). “Sosyal Medyada Kurum Kimliği Yönetimi: Türkiye’nin En Büyük 500 Şirketi Üzerine Bir Araştırma”. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5 (1): 526-527.

Güncel Önkal, Ender Gündüzlü (2015). Teknoloji Düşün(e)mez: Sosyal Medyada İhtiyaçlar- Değerler Çatışmasının Felsefi Analizi, İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim. (Ed.) Özlem Oğuzhan. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Günseli Bayraktutan, Mutlu Binark vd (2014). “Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı”. Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, (68): 61-65.

Habermas, Jürgen (2000). Kamusallığın Yapısal Dönüşümü. (Çev.) Tanıl Bora, Mithat Sancar. İstanbul: İletişim Yayınları.

Habermas, Jürgen (2004). Kamusal Alan. (Ed. Meral Özbek). İstanbul: Hil Yayınevi.

Hacılı, Asif, Aydın Poladoğlu (2001). Ahıska Türk Folkloru. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.

Hakan Dönmez, İbrahim (2016). “Dikizleme Günlüğü: Kendimizi ve Komşularımızı Gözetlemeyi Niçin Bu Kadar Sevdik?”, TRT Akademi Dergisi, 01 (02), Dijital Medya Sayısı.

Halidov, İslam (2011). Ahıska Türklerinin Uluslararası Örgütler Nezdindeki Temasları. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Hilal Çelik, Halil Ekşi (2008). “Söylem Analizi”. Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 27 (27): 100-101.

İlim ve Medeniyet (2018). www.ilimvemedeniyet: https://www.ilimvemedeniyet.com/bitmeyen-kanli-surgun-1944-ahiska-surgunu.html/ahiska-bolgesi-haritasi/.

İnan, Kayhan (2018). Kazakistan’da Yaşayan Ahıska Türklerinde Türkçe Ana Dili Bağlılığı. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Jarvis, Jeff (2011). E-Sosyal Toplum- Dijital Çağda Sosyal Medyanın İş ve Gündelik Hayata Etkisi. (Çev. Çağlar Kök). İstanbul: MediaCat Kitapları Yayınevi.

Kanbolat, Hasan (2000). “Rusya Federasyonu’nun Güney Kafkasya’daki Askerî Varlığı ve Gürcistan Boyutu”. Stratejik Analiz Dergisi, 1 (3), 11.

Kara, Umut Yener (2013). Bilgisayar Oyunları, Yeni Medya ve Kimlik: Kuramsal Arayışlar. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Karayel Bilbil, Emel, Merve Çerçi (2015). Sosyal Medyada Benlik Sunumu: Facebook Üzerine Bir Analiz. (Ed.) Deniz Yengin. İstanbul: Paloma Yayınevi.

Khanzhin, Andrei (2004). “Durable Solutions for Meskhetian Turks: The issue revisited.” European Yearbook of Minority Issues, 4 (5), 495-511.

Kohle, Fritz, Arleen Cuevas (2012). “Social Media: Changing the way we teach and changing the way we learn”. NHTV Breda University of Applied Sciences Netherlands 6th International Education, Education and Development Conference. Netherlands: NHTV Breda University of Applied Sciences: 221-226.

Koray Olgun, Cem (2016) (Ed.) Çağlar Deniz. Karşı Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya, Yeni Medya ve Toplum Disiplinler arası Yaklaşımlar. Konya: Literatürk Yayınevi.

Koriouchkina, Lisa (2009). “Meskhetian Turks and The Regime of Citizenship in Russia.” Ethnology. 48 (1), 39–52.

Köksal Abdurrahman (2007). Bişkek’te Yaşayan Ahıska Türklerinin Folklorik Değerleri ve Oyun Müzikleri. Yüksek lisans tezi Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bişkek.

Kurt, Gözde (2015). Sosyal Medya ve Dijital Diplomasi: Dijital Kamusal Alanda Zaman ve Mekân Sıkışması. (Ed.) Deniz Yengin. İstanbul: Paloma Yayınevi.

Küçük, Berna (2015) (Ed) Deniz Yengin. Yeni Medya, İhtiyaçlar ve Yeni Görsel Kimlik Sunumu Olarak Dijital Portfolyolar: Behance.net. İstanbul: Paloma Yayınevi.

Kütükçü, Akif (2005). “Uluslararası Hukuk Çerçevesinde Ahıska Türklerinin Anavatanlarına Dönüş Sorunu”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (13), 272.

Liam Bullingham, Ana Vasconcelos (2013). “The Presentation of Self in the Online World': Goffman and the Study of Online İdentities.” Journal of Information Science, 20 (10): 1–12.

Maalouf, Amin (2016). (çev., Aysel Bora). Ölümcül Kimlikler. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Mac Bride, Sean (1993). Birçok Ses Tek Bir Dünya İletişim ve Toplum – Bugün ve Yarın. (bas., haz.) Suat Sinanoğlu. Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Yayını.

Niedzviecki, Hal (2010). Dikizleme Günlüğü. (çev.) Gökçe Gündüç. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Orkhan, Faigov (2015). Ahıska Türklerinin Türk Basınında sunum biçimi (1944 Ahıska Sürgünü, 1989 Fergana Faciası, 2004 Krosnodar Göçü, 2010 Kırgızistan Çatışması örnek olayları). Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Oskari Pentikainen, Tom Trier (2004). “Between İntegration and Resettlement: The Meskhetian Turks.” European Centre for Minority İssues Working Paper, (21): 6-9.

Osmanov, Gourban (2001). Ahıska Türkleri (1908 - 1989). Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Öğün Emre, Perrin (2013). İletişim Teknolojileri ve Eylemlilik: Genç Siviller ve Facebook Kullanıcılarının Bir Portresi, Yeni Medya Üzerine Yeni İletişim Teknolojiler. (Ed.) Müge Demir. Konya: Literatürk Yayınevi.

Paz, Octavio (2000). Şiir ve Modernite, Modernite Versus Postmodernite. (Der.) Mehmet Küçük. Ankara: Vadi Yayınları.

Pischetola, Magda (2014). Eğitimde Sosyal Medya: Toplumsal İçermenin ve Ortak Öğrenmenin Temel Kaynakları, Sosyal Medya Devrimi. (Ed.) Barış Çoban. İstanbul: Su Yayınevi.

Pösteki, Nigar, Özgür Velioğlu (2014). “Bireyin Kendini Sunuş ve Konumlandırış Biçimindeki Dönüşüm: Selfie Kimlikler.” I Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi. Kocaeli: 3-6.

Rehman Seferov, Ayhan Akış (2008). “Sovyet Döneminden Günümüze Ahıska Türklerinin Yaşadıkları Coğrafyaya Göçlerle Birlikte Genel Bir Bakış.” Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (24): 398-405.

Sağır, Âdem (2016). Facebook Gruplarında Üretilen Taraftar Kimlikleri, Yeni Medya ve Toplum Disiplinler arası Yaklaşımlar, Ed. Çağlar Deniz, Konya: Literatürk Yayınevi.

Sarah Stevens, Morris Tracy (2007). “College Dating and Social Anxiety: Using The İnternet as a Means of Connecting to Others.” Cyber Psychology and Behavior, 10 (5): 52.

Sargın, Hakan (2006). Ahıska Türkleri İle İlgili Politikaların Stratejik Boyutu. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul.

Sarıbay, Ali Yaşar (1992). Siyasal Sosyoloji. Ankara: Gündoğan Yayınları.

Saygılı, Ali (2004). Ahıska Türklerinde Sosyal Yapı: Kırgızistan Bağış Köyü Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Sedat Kula, Bekir Çakar (2015). "Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi Bağlamında Toplumda Bireylerin Güvenlik Algısı ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki." Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 6 (12): 192-195.

Smith, Anthony (2004). Milli Kimlik. İstanbul: İletişim Yayınları.

Sofuoğlu Kılıç, Nilgün (2016). Sanal Âlem Üzerine Schutzcu Bir Çözümleme, Yeni Medya ve Toplum Disiplinler arası Yaklaşımlar. (Ed.) Çağlar Deniz, Banu Hülür. Konya: Literatürk Yayınevi.

Sönmez Selçuk, Senem (2012). "Dünden Bugüne Milliyetçilik: Küresel Dünyada Yükselen Sesler." Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12 (3), 130-132.

Stuart Hall (1998). Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik, Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi. (Der.) A. King. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Sürmeli, Murat (2010). Iğdır'ın Demografik Yapısında Göç ve Ahıska Türkleri Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Şakirov, Rasim (2004). Ahıska Türkleri ve Ahıska Türklerinin Basında Yer Alışı. Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul.

Şener, Gülüm, Oğuz Kuş (2015). Büyük Birader'den Büyük Veriye Gözetim Toplumu, İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim. (Ed.) Özlem Oğuzhan. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Topçu, Damla (2018). Ahıska Türklerinin Sosyo-Kültürel Özellikleri ile İlgili Sosyolojik Bir Araştırma (İnegöl Örneği). Yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Tufan Yeniçıktı, Nagihan (2017). Sosyal Medya – Facebook ve Twitter Motivasyonları. İstanbul: Literatürk Akademia Yayınevi.

Türk, Hatem (2014). “Salkım Söğütlerin Gölgesinde Romanının Sosyolojik Açıdan Değerlendirilmesi”. Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi [TAED], (52), 163-165.

Uğurlu, Özge, Mehmet Yakın (2015). Sosyal Medyada Kimlik Temsilinin Mekân Üzerinden Okunması: Foursquare, İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim. (Ed.) Özlem Oğuzhan. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Ulusoy, Ergin (2017). “Diaspora Kavramı ve Türkiye’nin Diaspora Politikalarının Modern Teori Çerçevesinde Sosyo-Politik Bir Analizi”. İnsan ve Toplum Dergisi, 7(1), 139-160.

Ünveren, Dilek (2019). “Söylem Çözümlemesi Odaklı Metin İşleme Uygulamalarının Öğrencilerin Konuşma Becerilerine Etkisi.” Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (33), 54-56.

Üren, Mustafa (2015). Kimlik, Çıkar ve Jeopolitik Ekseninde Ahıska Türkleri Sorunu. Doktora Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

Wisconsin Department of Health and Family Services (2005). Culture Profile: Meskhetian Turks. Wisconsin: Department of Health and Family Services.

Yağmurlu, Aslı (2007). “Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi”. İletişim Araştırmaları Dergisi, 5 (1), 9-38.

Yaldız, Fırat (2013). “Diaspora Kavramı: Tarihçe, Gelişme Ve Tartışmalar”. Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (18), 289-318.

Yengin, Deniz, Ömür Kınay (2015). Yeni Medyada Boş Zamanın Dönüşümü: Tıkınmalı İzleme. İstanbul: Paloma Yayınevi.

Yeniçıktı, Tufan (2016). “Hakla İlişkiler Aracı Olarak Instagram Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma.” Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 9(2), 92-115.

Yeniçıktı, Tufan (2017). Sosyal Medya Facebook ve Twitter Motivasyonları. Konya: Literatürk Yayınevi.

Yetişkin, Ebru (2016). Sosyal Medya ve Sıradanlaşan Gözetim, Yeni Medya ve Toplum Disiplinler arası Yaklaşımlar. (Ed.) Çağlar Deniz, Banu Hülür. Konya: Literatürk Yayınevi.

Yurdigül, Yusuf (2008). Medyatik Kimlikler, Konya: Tablet Kitabevi.

Yüksel, Hakan (2004). Enformasyon Toplumu ve İnsan: Avrupa Birliği Politika Belgelerinin Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Alternatif Medya Derneği Çevrimiçi Yayını, 28-29.

Yükselbaba, Ülker (2008). Habermas'da Kamusal Alan/Özel Alan Ayrımı. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yüzbey, İrade (2008). "Ahıskalı Türkler ve Kültürleri." Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 3(7), 679-680.

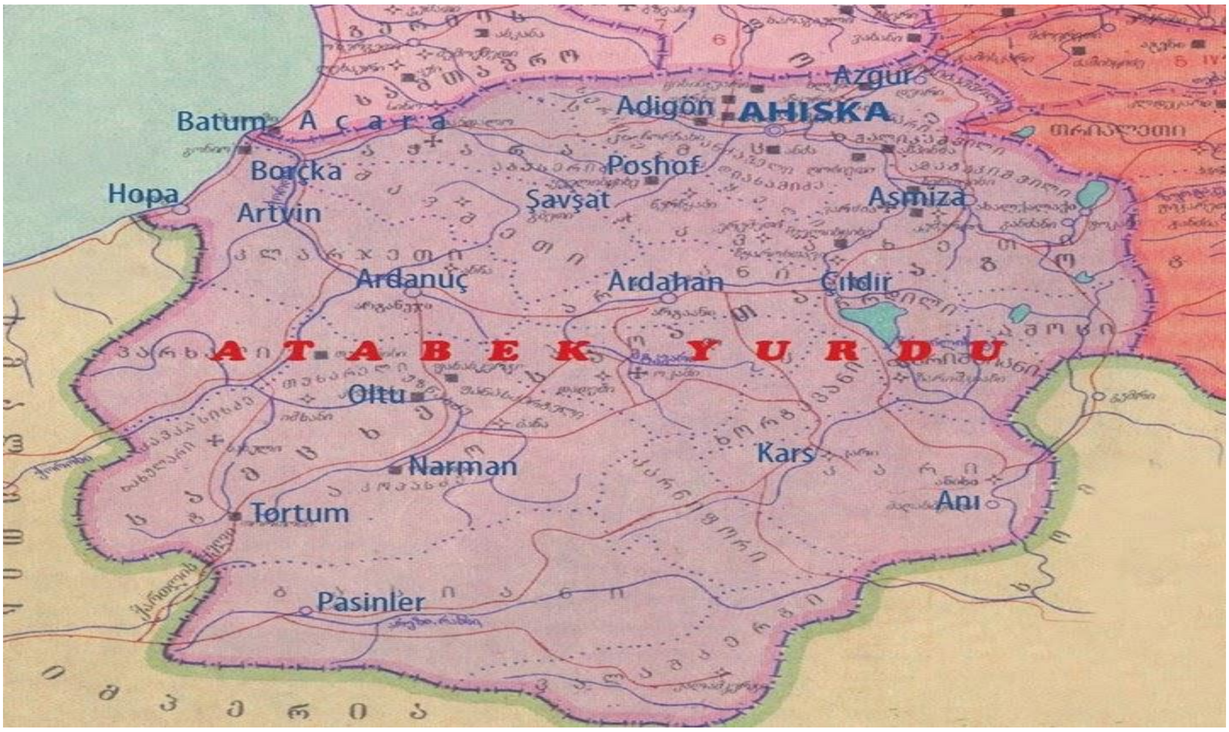
Zeyrek, Yunus (2001). Ahıska Bölgesi ve Ahıska Türkleri. Ankara: Pozitif Matbaacılık.

Zhi-chao Cheng, Tian-chao Guo (2015). "The Formation Of Social İdentity And Self-İdentity Based On Knowledge Contribution İn Virtual Communities: An İnductive Route Model." Computers in Human Behavior, (43): 229-241.

EKLER

Tezin ekler kısmında yapılan araştırmalardan Ahıska Türkleri ile ilgili elde edilen tarihi, coğrafi, kültürel görseller ve incelenen sosyal medya sayfalarının günlük takipleri sergileyen fotoğraflar yer almaktadır.

Resimler Dizini



Şekil 57: Atabek Yurdu Haritası



Şekil 58: Kıpçak beyi Cakli Sargis (Yıl -1334)



Şekil 59: On Binlerce Ahıskalı Türkü 1944 Yılında Sürgüne Gönderen Stalin (Sağdan İkinci)



Şekil 60: Sürgün Öncesi Ahıska'da Yaşam



Şekil 61: Geleneksel Ahıskalı Erkek Ve Kadın Giyimi



Şekil 62: Ahıska’nın Aral Köyünde Okulda Bir Gün



Şekil 63: Sürgün Öncesi Ahıskalı Çiftçi



Şekil 64: Kafkasya'da Kullanılan Kadın Kemeri



Şekil 65: Sürgün Anını Canlandıran Görüntü



Şekil 66: Sürgünün İlk Yıllarında Ahıskalı Aile (Yıl-1947)



Şekil 67: Sürgünün Canlı Tanıkları Ve Çocukları Sürgün Topraklarında



Şekil 68: Sıkıyönetimin Kaldırıldığı İlk Yıllarda Özbek Ve Ahıskalı Gençler



Şekil 69: Sürgün Topraklarında Çiftçilikle Uğraşan Ahıskalı Aile



Şekil 70: Sovyetlerin Onur Madalyaları Taktığı Ahıskalı Kadın



Şekil 71: Sürgün Topraklarında Kurulan Yeni Aile



Ahıska'ya bırakılmayan Ahıskalılar (Tiflis, 1975).

Şekil 72: Ahıska'ya Bırakılmayan Ahıskalılar (Tiflis: 1975)



Adigönlü Asker Şahbazoğlu'nun kızı Yıldız'ın düğünü (Taşkent, 1980).

Şekil 73: Özbekistan'da Ahıska Düğünü (Yıl- 1980).



Şekil 74: Fergana Faciasını Protesto Eden Ahıskalı Türkler



Geçici Vatan Komitesi (VOK) Gevher Fezailova, Yusuf Serveroğlu, Server Tedorov 1989.

Şekil 75: Vatana Dönüş Mücadelesinde Yusuf Sarvaroğlu ve Arkadaşları (Yıl- 1989).



Şekil 76: Sürgün Sonrası Ahıska'da Dağılmak Üzere Terkedilmiş Ev



Şekil 77: Sürgünden Sonra Babasının Evine Dönebilen Yusuf Dede



Şekil 78: Ahıska Merkezden Bir Kare



Şekil 79: Ahıska’nın Merkezi Caddesi, Ahıska Kalesine Giden Yol



Şekil 80: Ahıska Merkez Pazar Yeri



Şekil 81: Ahıska Kalesi



Şekil 82: Azgur Kalesi



Şekil 83: Ahıskalılarda Düğün Geleneğinden Bir Kare



Şekil 84: Günümüzde De Geleneğin Devam Ettirildiği Ahıskalı Gelin Giysisi



Şekil 85: Ahıskalı Gelinler “Hinkal” (Mantı) Yapımında



Şekil 86: Ahıska Hinkalı (Mantısı)



Şekil 87: Ahıska Mantısı



Şekil 88: Ahıska “Punturuş” (Fırın) Ekmeği



Şekil 89: Ahıska Tandır Ekmeği



Şekil 90**:** Geleneksel Hamur Yemeği “Bişi”



Şekil 91:Ahıskalıların Tanıtım Programı


Şekil 92: Ahıskalı Gençler Şölende

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfası 6 Şubat – 6 Mart 2019 Tarihlerindeki Günlük Takip Göstergesi



3.2.1. "Dünya Ahıska Türkleri Birliği" Facebook Grubunun Kullanımı

6 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Hıristiyan Olarak Sunum:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook grubunda "DATÜB Azerbaycan Temsilcisi Memmed Şamilov Bakü Yunus Emre Enstitüsü'nü ziyaret etti" başlıklı haber kullanılmıştır. Haberde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Azerbaycan Temsilcisi Muhammed Şamilov derneğin kurumlarla görüşmesi sergilenmiştir. Haber hazırlayan taraf olarak DATÜB Azerbaycan temsilciliği yapılan çalışmalarla ilgili kurumu tanıtma gibi bir eylem gerçekleştirmiştir.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 6 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda vatandaşlık başvurusu ile ilgili konuya dokunulmuştur. "Vatandaşlığa başvuruda acele edin. 01.03.2019 tarihinde evrakların işlemine zam geliyor" başlığı ile Ahıskalı Türklerin bilgilendirilmesi facebook kullanıcısı tarafından amaçlanmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme:

Grubun yöneticisi Burhan Özkoşar 6 Şubat tarihli paylaşımında Gürcistan'la Türkiye arasındaki tarihi bağlara dokunmakta ve yine Ahıska bölgesinde ermeni askerin abidesinin yükseltilmesinin tarihi yanlış bir adım olduğunu ifade etmektedir. Anadolu'da binlerce Türkü katletmiş Ermenilerin askerinin şerefine dikilen abidenin affedilemez olduğu dile getirilmiştir.

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme:

6 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda Moskova'da havalimanı inşaatı için Ahıskalı mühendislerin arandığı belirtilmektedir. Elemen alımında Rus vatandaşı olmanın şartı ve iletişim numarası da bırakılmaktadır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Yeni medyada Kürt Olarak Tanıtım:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Yeni medyada Hemşin Olarak Tanıtım:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Yeni medyada Azeri Olarak Tanıtım:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Tanıtımı:

"Vatanım Türkiye, Erzincan" başlıklı haberde Ukrayna'dan getirilerek Erzincan'a yerleştirilen aileler hakkında bilgi paylaşılmaktadır. Haberde Ahıskalı Türk Elvira Kamaloğlu'nun Balkan Şampiyonasında elde ettiği birincilikle ilgili video görsel de yer almaktadır. Paylaşımda Ahıskalı Türklerin Türkiye'yi vatan edindiklerine yer verilmiştir.

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Tanıtımı:

"Bir Gencimiz Yazıyor" başlıklı paylaşımda sayfa yöneticisi Burhan Özkoşar grup üyelerinden birinin kendisine yöneltiği soruya verdiği cevabı aktarmıştır. Paylaşımda Ahıska'nın eski Türk yerleşimi ve Ahıskalı Türklerin anavatanı olduğuna dikkat çekilmiştir. *"Orta Anadolu'da Konya, Yozgat Tokat'da Türk yokken Ahıska'da Türkler vardı"* – diyerek Ahıska'nın eski Türk yerleşimi olduğunu savunmuştur.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Tanıtımı:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda "Azer Süleymanov Parlamentoda Mixail Avagiyanın büstünün götürülmesini talep etdi" başlıklı Azerice haber yerleştirilmiştir. Haberde Karabağ'da ölen ermeni askeri için Ahıska bölgesinde Ermeniler tarafından konulan hatıra abidesine karşın Azeri milletvekilin Gürcistan parlamentosunda itiraz konuşması yer almaktadır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle İlgili Paylaşımların Yapılması:

"152 ülkede 5 milyon Türk" başlıklı haber facebook grubunda paylaşılmakta ve Türk vatandaşlarının göç dağılımı sıralanmaktadır. Haberde dünyanın 152 ülkesinde Türklerin yaşadığı belirtilmektedir. Sadece Ahıskalı Türkleri kapsamayan haber Türk vatandaşlarının tüm dünyadaki dağılımını ele almaktadır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 6 şubat 2019 tarihli paylaşımda "TOPRAĞ BAŞŞİNA !!!" başlıklı haber bulunmaktadır. Haberde ozanın söylediği şiirle bu kelimenin tarihine dikkat çekilmekte ve eskiden yaşlı kadınların gençler için bu kelimeleri kullandığı ifade edilmektedir. Yani kelimenin geleneksel bir kullanım biçimi olduğu şiirle söylenmektedir.

"Ardahan Posof Aşık Üzeyir Köyü" başlıklı paylaşımda Posoflu ozanın diliyle şiir seslenmektedir. Şiirde Ahıska yöresine ve geleneklerine dair bilgilere yer verilmekte ve tarihi olaylar kısa kesitlerle izleyiciye aktarılmaktadır.

Grupta 6 şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Ahıska Türklerin Eskiden Kalan Adet ve İnançları (Bazıları İslam Dininden Olmayıp Sadece Türklere Ait Adetir)" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda geçmişten günümüze kadar gelen adet ve geleneklerde kullanılan kelimeler yer almıştır.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Paylaşımı:

6 Şubat tarihli paylaşımlarda bu başlıkla ilgili bilgiye rastlanmamıştır

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üzerinden yapılan 6 Şubat 2019 tarihli Türkiye Cumhuriyeti Bişkek Büyükelçiliği'nin paylaşımında Kırgızıstan'ın Kara Balta ilçesine ziyaret edilerek buradaki Ahıskalı Türklerle görüşüldüğü ifade edilmiştir. Ziyaret zamanı ilçede yaşayan insanların sorun ve taleplerinin dinlenildiği ve yapılacak proje ve çalışmalarla ilgili bilgi paylaşıldığı kaydedilmiştir.

Yeni medyanın Video/karikatür/ paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yayınlanan video görselde Ahıska bölgesine yakın olan Marneuli'de Azeri uyruklu bir mağaza sahibinin fakir aileler için ücretsiz ekmek payladığına dikkat çekilmiştir.

"*Artvinli HAS Dostlar*" isimli facebook sayfasında yer alan şiirin 6 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda paylaşılmıştır. Ahıska şivesinde "*Ele Keçiyır ki Nasıl Yetişem*" başlığı ile yapılan paylaşımda pazardaki meyve ve sebze fiyatlarına mizahi olarak yaklaşılmıştır.

Genel İstatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açının Sunumu	Kültürel Bakış Açının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	6 Şubat 2019	0 paylaşım	4 Paylaşım	0 Paylaşım	2 Paylaşım	3 Paylaşım	3 Paylaşım
Genel Toplam:	12 paylaşım						

Tablo açıklaması: Yapılan araştırmada 6 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği grubunda en çok sosyal açıdan paylaşımların gerçekleştirildiği, onun ardından ise Kültürel ve Haberleşme aracı olarak facebook grubundan yararlandığını görmekteyiz.

07 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum

Hıristiyan Olarak Sunum

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Grubun yöneticisi Burhan Özkoşar 7 Şubat 2019 tarihli paylaşımında Uluslar arası Vatan Cemiyeti Başkanı Cavit Aliyev'e hitaben "*Yalancının Mumu Yatsıya Kadar Yanar Cavit Aliyev*"- diyerek karşılıklı tartışma ortamı yaratmaktadır. Paylaşımda KGB'nin oyunlarının deşifre olduğunu ve kimsenin bunu yutmadığını belirtiyor. İçerikte kapalı bir mesaj gönderilmektedir.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

"Aile Birliği Evrakı Lazım mı?" başlığı ile Zakir Taşov isimli Ahıskalı Özbekistan vatandaşı olduğunu ve istisnai vatandaşlık hakkından yararlanması için gereken evraklarda takipçilerden destek istemektedir.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 7 Şubat 2019 tarihli paylaşımda "DATÜB Gençlik Kolları İstanbul'da farklı üniversitelerde görev yapan Akademisyenleri ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda DATÜB Gençlik Kollarının İstanbul'da üniversite hocaları ile yapılan görüşmeleri yer almakta ve DATUB Gençlik Kollarının faaliyeti yayınlanmaktadır.

Grubun 7 Şubat 2019 tarihli diğer paylaşımında ise "DATÜB Genel Başkanı Kırgızistan'da yaşayan Ahıskalı Türkler ile bir araya geldi" başlığı kullanılmıştır. Dünya Ahıska Türkleri Birliği başkanının Bişkek ziyareti esnasında hem halkla görüşü, hem de resmi kurumlarla görüşleri paylaşımda yer almıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Abid Tursunov Ahiskali isimli takipçi tarafından 7 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Görsel Hikaye kullanılmıştır. "Ahıska Türküyüm Ben" başlığı ile Abid Tursunov kimliğini sergilemiş, aynı zamanda hem Ahıskalı, hem de Türk olduğuna vurgu yapmıştır.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebok grubunda 7 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "İstanbul Kırım Derneğinde "Türk Dünyasında Vatanını Arayanlar: Ahıskalı Türkler" Konulu Konferans" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Kırım Türkleri Kültür ve Yardımlaşma Derneği Istanbul Şubesinin 8 Şubatta Ahıskalı Türklerle ilgili konferans hayata geçireceği belirtilmiştir.

Abid Tursunov Ahiskali isimli takipçi tarafından 7 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Görsel Hikaye kullanılmıştır. "Ahıska Türküyüm Ben" başlığı ile Abid Tursunov kimliğini sergilemiş, aynı zamanda hem Ahıskalı, hem de Türk olduğuna vurgu yapmıştır.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

TRT Avaz tarafından Ahıskalı Türkler hakkında hazırlanmış kısa belgeselin yayınlandığı 7 Şubat tarihli paylaşımda "Vatanım Türkiye" başlığı kullanılmıştır. Burada hem de belgeselin birkaç bölümden oluştuğu ve isminin "Vatanım Türkiye" olduğu da kaydedilmiştir. Bununla birlikte Cumhurbaşkanı Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın talimatıyla Erzincan'a yerleştirilen Ahıskalı ailenin kızı olan Elvira'nın spordaki başarılarından da bahsedilmiştir. Bu paylaşım hem video görüntü kullanımı, hem de Türkiye'nin vatan olarak görülmesi başlığına da uymaktadır.

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Facebook grubunda yapılan paylaşımda Yaşar Asifov isimli kullanıcı "Can AHISKA'dan Herkese Selam Olsun" başlığı ile Ahıska merkezden fotoğraf paylaşılmıştır. Fotoğrafın altında ise "Vatanım Ahıska" kelimesi ile birlikte Asifov kendisinin kurduğu facebook sayfasının tarihi hakkında bilgi vermiştir.

Abid Tursunov Ahiskali isimli takipçi tarafından 7 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Görsel Hikaye kullanılmıştır. "Ahıska Türküyüm Ben" başlığı ile Abid Tursunov kimliğini sergilemiş, aynı zamanda hem Ahıskalı, hem de Türk olduğuna vurgu yapmıştır.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

"Qardaşımın Bir Qebri Bele Yoxdur" (Kardeşimin Mezarı Bile Yok) – başlıklı paylaşımda Azerbaycan'ı kendisine vatan bilen Şakir Muradov'un Karabağ savaşında kaybolduğu ve 26 yıldır bulunamadığı belirtilmektedir. Kardeşinin diliyle yapılan paylaşımda kaybolan kardeşinin mezarı bile bulunamadığı söylenmektedir.

Grubun yine 7 Şubat 2019 tarihli paylaşımında "Oğul Git, Vatan Dardadır, Vatanın Sana İhtiyacı Var" – başlıklı haber yer almaktadır. Karabağ savaşında şehit olan Ahıskalı gencin babasının dili ile ifade edilen bu kelimelerde Azerbaycan topraklarının vatan toprakları olarak görülmesi kaydedilmektedir. Paylaşımda Azerbaycan uğrunda onlarca Ahıskalı gencin şehit olduğu da vurgulanmaktadır.

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

7 Şubat 2019 tarihli paylaşımda 8 Şubat tarihinde Karabağ'da öldürülen ermeni ile ilgili Ahıska'da dikilen heykele itiraz olarak Tiflis Parlamentosu önünde miting yapılacağı haberi yapılmıştır. Haberde, insanların bu duruma sessiz kalmamaları ve destek vermeleri talep edilmiştir.

"AİHM'den Flaş Türkiye Kararı" başlığı grupta 7 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi Burhan Özkoşar tarafından yapılan paylaşımda kullanılmıştır. Haberde Avrupa Insan Hakları Mahkemesinin Türkiye hakkında kabul ettiği karar kınanmış ve Ahıskalı Türklerin de bundan haberdar olması amaçlanmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Azerbaycan'ın Gence ili Hacı Melik köyünde 1989 yılında Özbekistan'dan sürgün edilen insanların bıraktıkları mezarlar görüntü olarak sunulmuştur. Ahıskalıların ikinci kez sürgün edildikleri konuşmalarda yer almıştır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Artvin Sevdası isimli gruptan alınarak Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yapılan paylaşımda "Geri Dön Köyüne Oğul" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda fotolar şiir eşliğinde görsele çevrilmiştir. Şiirde Ahıska bölgesine yönelik gelenek ve öğütler ifade edilmiştir.

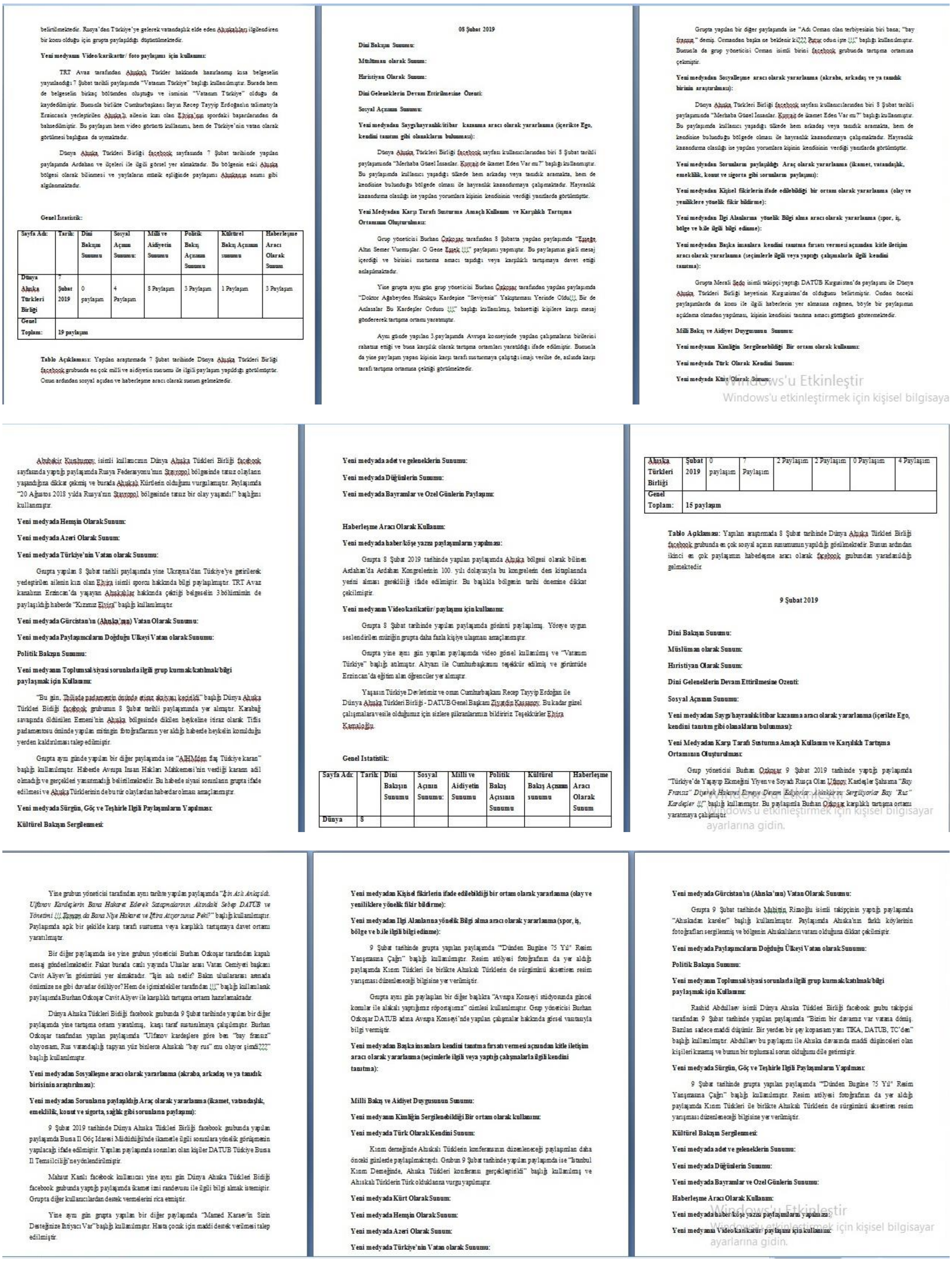
Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Paylaşımı:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı paylaşımların yapılması:

"Rusya Türkiye'ye Vizeleri Kaldırdı !!!" başlıklı haberde Türk vatandaşları için çalışma vizelerinin kaldırıldığı ve devamında turistik amaçlı vizelerin de kaldırılacağı



Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 9 Şubat tarihinde yapılan video görüntünün paylaşımında Bakü'de STK'nın açılışı sergilenmektedir.

Grupta aynı gün paylaşılan bir diğer başlıkta "Avrupa Konseyi stüdyosunda güncel konular ile alakalı yaptığımız röportajımız" cümlesi kullanılmıştır. Grup yöneticisi Burhan Ozkoşar DATUB adına Avrupa Konseyi'nde yapılan çalışmalar hakkında görsel vasıtasıyla bilgi vermiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	9 Şubat 2019	0 paylaşım	9 Paylaşım	2 Paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	**15 paylaşım**						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 9 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili paylaşım yapılmıştır. Milli ve aidiyet duygusunun, politik bakış açısının, haberleşme aracı olarak sunumun ise aynı sayıda, 2 kez paylaşımı yapıldığına rastlanmıştır.

10 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Grup yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından 10 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Birçok konuda isteyen katılabilir canlı yayınımıza. Hakaret edenler hariç !!!" başlığı kullanılmıştır. Günümüzde yapılan çalışmalar hakkında canlı yayınla bilgi verilmeye çalışılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Grupta yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Paylaşımda Ahıska'da bir köy olan Zanav'ın Camisi sergilenmiştir. Bu görüntü ile Ahıskalı Türklerin anavatanlarının Ahıska olduğu ifade edilmiştir.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda Kırgızistan'da Ahıska Türklerinin Türk resmileri tarafından ziyaretinin haberi yayınlanmaktadır. Paylaşımda "Türkiye Cumhuriyetinin Bişkek Büyükelçisi Cengiz Kamil Fırat Kırgızistanın Oş şehrinde yaşayan Ahiska Türkleri ile bir araya geldi" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 9 Şubat tarihinde yapılan video görüntünün paylaşımında Bakü'de STK'nın açılışı sergilenmektedir.

Grupta aynı gün paylaşılan bir diğer başlıkta "Avrupa Konseyi stüdyosunda güncel konular ile alakalı yaptığımız röportajımız" cümlesi kullanılmıştır. Grup yöneticisi Burhan Ozkoşar DATUB adına Avrupa Konseyi'nde yapılan çalışmalar hakkında görsel vasıtasıyla bilgi vermiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	9 Şubat 2019	0 paylaşım	9 Paylaşım	2 Paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	**15 paylaşım**						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 9 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili paylaşım yapılmıştır. Milli ve aidiyet duygusunun, politik bakış açısının, haberleşme aracı olarak sunumun ise aynı sayıda, 2 kez paylaşımı yapıldığına rastlanmıştır.

10 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Grup yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından 10 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Birçok konuda isteyen katılabilir canlı yayınımıza. Hakaret edenler hariç !!!" başlığı kullanılmıştır. Günümüzde yapılan çalışmalar hakkında canlı yayınla bilgi verilmeye çalışılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Grupta yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Paylaşımda Ahıska'da bir köy olan Zanav'ın Camisi sergilenmiştir. Bu görüntü ile Ahıskalı Türklerin anavatanlarının Ahıska olduğu ifade edilmiştir.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda Kırgızistan'da Ahıska Türklerinin Türk resmileri tarafından ziyaretinin haberi yayınlanmaktadır. Paylaşımda "Türkiye Cumhuriyetinin Bişkek Büyükelçisi Cengiz Kamil Fırat Kırgızistanın Oş şehrinde yaşayan Ahiska Türkleri ile bir araya geldi" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ paylaşımı için kullanımı:

Windows'u Etkinleştir
Windows'u etkinleştirmek için kişisel bilgisayar

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Ibrahim Şekeroglu isimli sayfa kullanıcısı "Haddini Bilsin" adlı şiirini sayfada paylaşmıştır. Türk bayrağı ile birlikte yapılan şiirde Türklüğün gücünden bahsedilmiştir. Fakat sonunda Posoflu ozan Ibrahim Şekeroğlu yazarak kendisini sayfada tanıtmaya çalışmıştır.

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

11 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yapılan paylaşımda "1927'inci yılı Azgur kasabasında Gürcistan'ın 6. yıl dönümünü kutlarken Azgur sakinleri" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda sürgün öncesi Ahıskalı insanların fotosu yer almakta ve Ahıska vatan toprağı olarak gösterilmektedir.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

11 Şubat 2019 tarihinde grupta yapılan paylaşımda "Doğu Türkistan'da tutuklanan tıbbi araştırmacılar ve doktorlar" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Doğu Türkistan'da hapsedilen tıbbi araştırmacılar ve doktorların listesi yayınlanmış, bununla da siyasi bir soruna sosyal medya yolu ile çare aranmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri facebook grubunda 11 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda "Ahıska yöresini andıran üç şiir" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda hem Ahıska yöresi, sosyal yaşam, yerel dil ve mizah anlayışı gibi konulara değinilmiştir. Geleneğin yaşatılması açısından da görsel incelenebilir.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ paylaşımı için kullanımı:

11 Şubat tarihinde grupta yapılan paylaşımda iki ozanın halk müziğini seslendirmesi yer almaktadır. Paylaşım Artvinli HAS Dostlar grubundan alınmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri facebook grubunda yine aynı gün yapılan paylaşımda "Ahıska yöresini andıran üç şiir" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda hem Ahıska yöresi, sosyal yaşam, yerel dil ve mizah anlayışı gibi konulara değinilmiştir. Geleneğin yaşatılması açısından da görsel incelenebilir.

Grupta yapılan bir diğer paylaşımda yer alan görüntüde Azerbaycan'da bir iş adamının iş yeri görüntülenmektedir. Alınan kayıta başlık olarak "Çalış öğün, işte Ahıskalılar" cümlesi kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup üyesi olan kişi hem de Ahıskalılara hayran olduğunu ve öğündüğünü ifade etmiştir.

Paşa Alihan isimli grup üyesi tarafından 11 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Azerbeycan Gencaşehrimizdeki DATUB ofisimizden bütün kardeşlerimize selamlar" başlığı kullanılmıştır. Görselin yer aldığı paylaşımda Azerbaycan'da yeni açılan Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin Ofisi tanıtılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	11 Şubat 2019	0 paylaşım	6 Paylaşım	5 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım	4 Paylaşım
Genel Toplam:	**17 paylaşım**						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 11 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ilgili paylaşım yapıldığına rastlanmıştır. Milli aidiyetin sunumu ile ilgili 5 kez, haberleşme aracı olarak ise 4 kez grubun kullanıldığı görülmüştür.

12 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

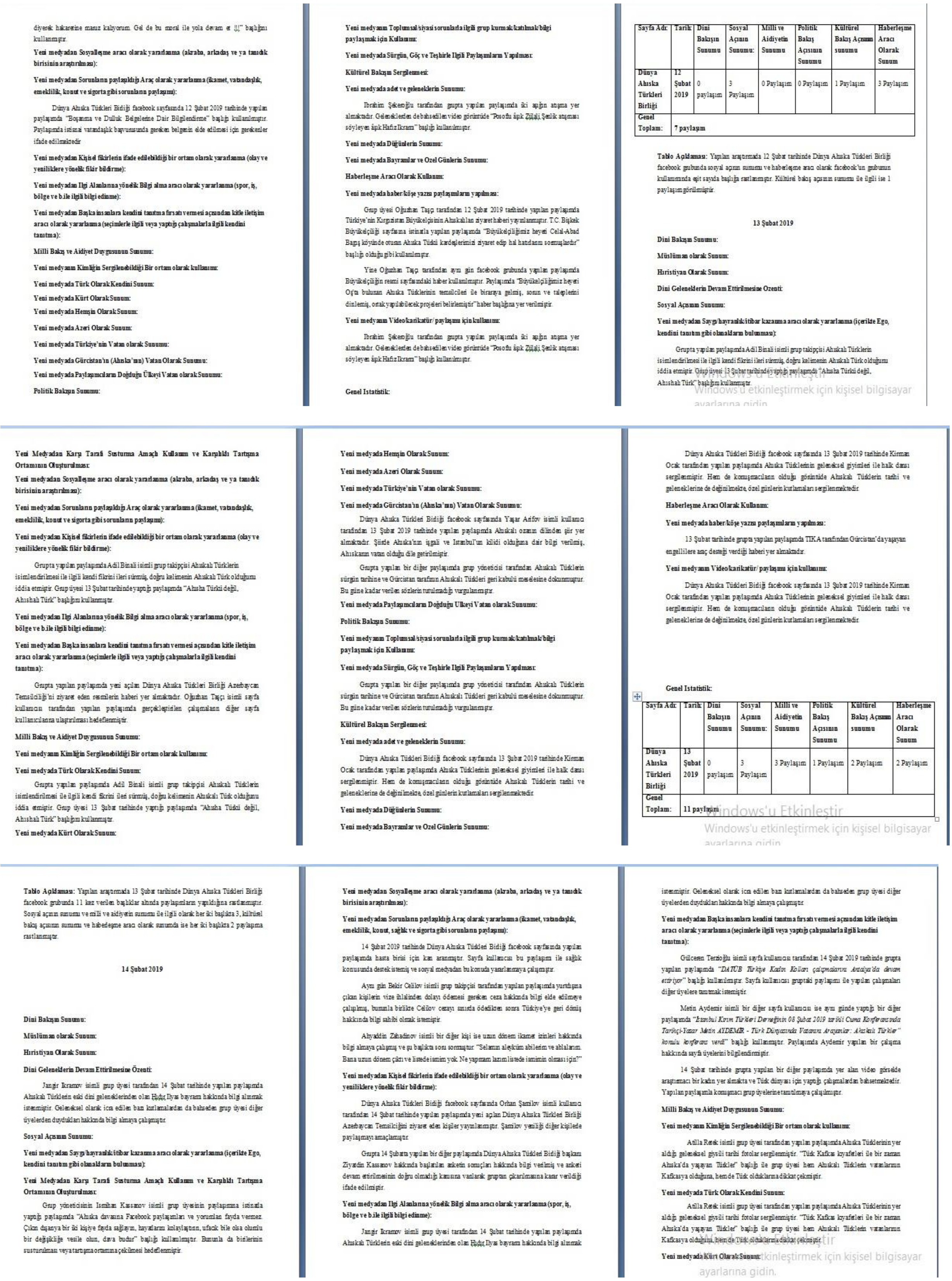
Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yapılan paylaşımda grubun yöneticisi Burhan Ozkoşar "*Avrupa Konseyi'nde Ahıska davamızı ve Ahıskalıları dünyaya tanıtmak için ter dökerken, içimizden çıkan bir zibidinin "bay.Fransız" diyerek hakaretine maruz kalıyorum. Gel de bu moral ile yola devam et !!!*" başlığı kullanmıştır. Kendisi hakkında bay.Fransız kelimesi kullanan kişilere karşılık sitem ederek Ahıskalılar için yapılan çalışmaları bu hakaretlerin aksattığını ifade etmiştir.

Grupta 12 Şubat tarihinde yönetici Burhan Ozkoşar tarafından yapılan paylaşımda birilerinin Ahıska davasına zarar verdiği ifade edilmektedir. Ve bu kişileri susturma çabası gözükmektedir. Ozkoşar yaptığı paylaşımda "Avrupa Konseyi'nde Ahıska davamızı ve Ahıskalıları dünyaya tanıtmak için ter dökerken içimizden çıkan bir zibidinin "bay fransız"



diyerek hakaretine maruz kalıyorum. Gel de bu moral ile yola devam et !!!" başlığını kullanmıştır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 12 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Boşanma ve Dulluk Belgelerine Dair Bilgilendirme" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda istisnai vatandaşlık başvurusunda gereken belgenin elde edilmesi için gerekenler ifade edilmektedir.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Ibrahim Şekeroğlu tarafından grupta yapılan paylaşımda iki aşığın atışma yer almaktadır. Geleneklerden de bahsedilen video görüntüde "Posoflu âşık Zülali Şenlik atışması söyleyen âşık Hafiz Ikram" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı paylaşımların yapılması:

Grup üyesi Oğuzhan Taşçı tarafından 12 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Türkiye'nin Kırgızistan Büyükelçisinin Ahıskalıları ziyaret haberi yayınlanmıştır. T.C. Bişkek Büyükelçiliği sayfasına istinatla yapılan paylaşımda "Büyükelçiliğimiz heyeti Celal-Abad Bagış köyünde oturan Ahıska Türkü kardeşlerimizi ziyaret edip hal hatırlarını sormuşlardır" başlığı olduğu gibi kullanılmıştır.

Yine Oğuzhan Taşçı tarafından aynı gün facebook grubunda yapılan paylaşımda Büyükelçiliğin resmi sayfasındaki haber kullanılmıştır. Paylaşımda "Büyükelçiliğimiz heyeti Oş'ta bulunan Ahıska Türklerinin temsilcileri ile biraraya gelmiş, sorun ve taleplerini dinlemiş, ortak yapılabilecek projeleri belirlemiştir" haber başlığına yer verilmiştir.

Yeni medyanın Video/karikatür/ paylaşımı için kullanımı:

Ibrahim Şekeroğlu tarafından grupta yapılan paylaşımda iki aşığın atışma yer almaktadır. Geleneklerden de bahsedilen video görüntüde "Posoflu âşık Zülali Şenlik atışması söyleyen âşık Hafiz Ikram" başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	12 Şubat 2019	0 paylaşım	3 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	3 Paylaşım
Genel Toplam:	7 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 12 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda sosyal açının sunumu ve haberleşme aracı olarak facebook'un grubunun kullanımında eşit sayıda başlığa rastlanmıştır. Kültürel bakış açısının sunumu ile ilgili ise 1 paylaşım görülmüştür.

13 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Grupta yapılan paylaşımda Adil Binali isimli grup takipçisi Ahıskalı Türklerin isimlendirilmesi ile ilgili kendi fikrini ileri sürmüş, doğru kelimenin Ahıskalı Türk olduğunu iddia etmiştir. Grup üyesi 13 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Ahısha Türkü değil, Ahıshalı Türk" başlığını kullanmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Grupta yapılan paylaşımda Adil Binali isimli grup takipçisi Ahıskalı Türklerin isimlendirilmesi ile ilgili kendi fikrini ileri sürmüş, doğru kelimenin Ahıskalı Türk olduğunu iddia etmiştir. Grup üyesi 13 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Ahısha Türkü değil, Ahıshalı Türk" başlığını kullanmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Grupta yapılan paylaşımda yeni açılan Dünya Ahıska Türkleri Birliği Azerbaycan Temsilciliği'ni ziyaret eden resmilerin haberi yer almaktadır. Oğuzhan Taşçı isimli sayfa kullanıcısı tarafından yapılan paylaşımda gerçekleştirilen çalışmaların diğer sayfa kullanıcılarına ulaştırılması hedeflenmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Grupta yapılan paylaşımda Adil Binali isimli grup takipçisi Ahıskalı Türklerin isimlendirilmesi ile ilgili kendi fikrini ileri sürmüş, doğru kelimenin Ahıskalı Türk olduğunu iddia etmiştir. Grup üyesi 13 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Ahısha Türkü değil, Ahıshalı Türk" başlığını kullanmıştır.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında Yaşar Arifov isimli kullanıcı tarafından 13 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı ozanın dilinden şiir yer almaktadır. Şiirde Ahıska'nın işgali ve Istanbul'un kilidi olduğuna dair bilgi verilmiş, Ahıskanın vatan olduğu dile getirilmiştir.

Grupta yapılan bir diğer paylaşımda grup yöneticisi tarafından Ahıskalı Türklerin sürgün tarihine ve Gürcistan tarafının Ahıskalı Türkleri geri kabulü meselesine dokunmuştur. Bu güne kadar verilen sözlerin tutulmadığı vurgulanmıştır.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Grupta yapılan bir diğer paylaşımda grup yöneticisi tarafından Ahıskalı Türklerin sürgün tarihine ve Gürcistan tarafının Ahıskalı Türkleri geri kabulü meselesine dokunmuştur. Bu güne kadar verilen sözlerin tutulmadığı vurgulanmıştır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 13 Şubat 2019 tarihinde Kirman Ocak tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Türklerinin geleneksel giyimleri ile halk dansı sergilenmiştir. Hem de konuşmacıların olduğu görüntüde Ahıskalı Türklerin tarihi ve geleneklerine de değinilmekte, özel günlerin kutlamaları sergilenmektedir.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 13 Şubat 2019 tarihinde Kirman Ocak tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Türklerinin geleneksel giyimleri ile halk dansı sergilenmiştir. Hem de konuşmacıların olduğu görüntüde Ahıskalı Türklerin tarihi ve geleneklerine de değinilmekte, özel günlerin kutlamaları sergilenmektedir.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı paylaşımların yapılması:

13 Şubat tarihinde grupta yapılan paylaşımda TIKA tarafından Gürcistan'da yaşayan engellilere araç desteği verdiği haberi yer almaktadır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 13 Şubat 2019 tarihinde Kirman Ocak tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Türklerinin geleneksel giyimleri ile halk dansı sergilenmiştir. Hem de konuşmacıların olduğu görüntüde Ahıskalı Türklerin tarihi ve geleneklerine de değinilmekte, özel günlerin kutlamaları sergilenmektedir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	13 Şubat 2019	0 paylaşım	3 Paylaşım	3 Paylaşım	1 Paylaşım	2 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	11 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 13 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 11 kez verilen başlıklar altında paylaşımların yapıldığına rastlanmıştır. Sosyal açının sunumu ve milli ve aidiyetin sunumu ile ilgili olarak her iki başlıkta 3, kültürel bakış açısının sunumu ve haberleşme aracı olarak sunumda ise her iki başlıkta 2 paylaşıma rastlanmıştır.

14 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Jangir Ikramov isimli grup üyesi tarafından 14 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin eski dini geleneklerinden olan Hıdır Ilyas bayramı hakkında bilgi alınmak istenmiştir. Geleneksel olarak icra edilen bazı kutlamalardan da bahseden grup üyesi diğer üyelerden duydukları hakkında bilgi almaya çalışmıştır.

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Grup yöneticisinin Ismihan Kassanov isimli grup üyesinin paylaşımına istinatla yaptığı paylaşımda "Ahıska davasına Facebook paylaşımları ve yorumları fayda vermez. Çıkın dışarıya bir iki kişiye fayda sağlayın, hayatlarını kolaylaştırın, ufacık bile olsa olumlu bir değişikliğe vesile olun, dava budur" başlığı kullanılmıştır. Bununla da birilerinin susturulması veya tartışma ortamına çekilmesi hedeflenmiştir.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut, sağlık ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

14 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda hasta birisi için kan aranmıştır. Sayfa kullanıcısı bu paylaşımı ile sağlık konusunda destek istemiş ve sosyal medyadan bu konuda yararlanmaya çalışmıştır.

Aynı gün Bekir Celilov isimli grup takipçisi tarafından yapılan paylaşımda yurtdışına çıkan kişilerin vize ihlalinden dolayı ödemesi gereken ceza hakkında bilgi elde edilmeye çalışılmış, bununla birlikte Celilov cezayı sınırda ödedikten sonra Türkiye'ye geri dönüş hakkında bilgi sahibi olmak istemiştir.

Ahyaddin Zahadinov isimli bir diğer kişi ise uzun dönem ikamet izinleri hakkında bilgi almaya çalışmış ve şu başlıkta soru sormuştur: "Selamın aleyküm abilerim ve ablalarım. Bana uzun dönem çıktı ve listede ismim yok. Ne yapmam lazım listede isminin olması için?"

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında Orhan Şamilov isimli kullanıcı tarafından 14 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda yeni açılan Dünya Ahıska Türkleri Birliği Azerbaycan Temsilciğini ziyaret eden kişiler yayınlanmıştır. Şamilov yeniliği diğer kişilerle paylaşmayı amaçlamıştır.

Grupta 14 Şubatta yapılan bir diğer paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği başkanı Ziyatdin Kassanov hakkında başlatılan anketin sonuçları hakkında bilgi verilmiş ve anketi devam ettirilmesinin doğru olmadığı kanısına varılarak gruptan çıkarılmasına karar verildiği ifade edilmiştir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Jangir Ikramov isimli grup üyesi tarafından 14 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin eski dini geleneklerinden olan Hıdır Ilyas bayramı hakkında bilgi alınmak istenmiştir. Geleneksel olarak icra edilen bazı kutlamalardan da bahseden grup üyesi diğer üyelerden duydukları hakkında bilgi almaya çalışmıştır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Gülceren Terzioğlu isimli sayfa kullanıcısı tarafından 14 Şubat 2019 tarihinde grupta yapılan paylaşımda *"DATÜB Türkiye Kadın Kolları çalışmalarını Antalya'da devam ettiriyor"* başlığı kullanılmıştır. Sayfa kullanıcısı gruptaki paylaşımı ile yapılan çalışmaları diğer üyelere tanıtmak istemiştir.

Metin Aydemir isimli bir diğer sayfa kullanıcısı ise aynı günde yaptığı bir diğer paylaşımda *"İstanbul Kırım Türkleri Derneğinin 08 Şubat 2019 tarihli Cuma Konferansında Tarihçi-Yazar Metin AYDEMİR - Türk Dünyasında Vatanını Arayanlar: Ahıskalı Türkler" konulu konferans verdi"* başlığı kullanmıştır. Paylaşımda Aydemir yapılan bir çalışma hakkında sayfa üyelerini bilgilendirmiştir.

14 Şubat tarihinde grupta yapılan bir diğer paylaşımda yer alan video görselde araştırmacı bir kadın yer almakta ve Türk dünyası için yaptığı çalışmalardan bahsetmektedir. Yapılan paylaşımla konuşmacı grup üyelerine tanıtılmaya çalışılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Atilla Retek isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Türklerinin yer aldığı geleneksel giysili tarihi fotolar sergilenmiştir. "Türk Kafkas kıyafetleri ile bir zaman Ahıska'da yaşayan Türkler" başlığı ile grup üyesi hem Ahıskalı Türklerin vatanlarının Kafkasya olduğuna, hem de Türk olduklarına dikkat çekmiştir.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Atilla Retek isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Türklerinin yer aldığı geleneksel giysili tarihi fotolar sergilenmiştir. "Türk Kafkas kıyafetleri ile bir zaman Ahıska'da yaşayan Türkler" başlığı ile grup üyesi hem Ahıskalı Türklerin vatanlarının Kafkasya olduğuna, hem de Türk olduklarına dikkat çekmiştir.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Atilla Retek isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Türklerinin yer aldığı geleneksel giysili tarihi fotolar sergilenmiştir. "Türk Kafkas kıyafetleri ile bir zaman Ahıska'da yaşayan Türkler" başlığı ile grup üyesi hem Ahıskalı Türklerin vatanlarının Kafkasya olduğuna, hem de Türk olduklarına dikkat çekmiştir.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Grupta 14 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska yöresine özel yemek fotoğrafı yerleştirilmiştir. Geleneksel yemekler arasında olan 'Haçapuri'nin paylaşımı geleneklerin devam ettirilmesi anlamında karşılanmaktadır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 14 Şubat tarihinde Ibrahim Şekeroglu isimli sayfa takipçisi tarafından yapılan paylaşımda Ardahan, Kars, Erzurum, Posofu ozan âşık şairler grubu" başlığı ile eski ozanların fotoğrafları yerleştirilmiş. Seslendirilen şiirlerde ise geleneksel nazım türleri yer almıştır.

Jangir Ikramov isimli grup üyesi tarafından 14 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin eski dini geleneklerinden olan Hıdır Ilyas bayramı hakkında bilgi alınmak istenmiştir. Geleneksel olarak icra edilen bazı bayramlardaki kutlamalardan da bahseden grup üyesi diğer üyelerden duydukları hakkında bilgi almaya çalışmıştır.

Atilla Retek isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Türklerinin yer aldığı geleneksel giysili tarihi fotolar sergilenmiştir. "Türk Kafkas kıyafetleri ile bir zaman Ahıska'da yaşayan Türkler" başlığı ile grup üyesi hem Ahıskalı Türklerin vatanlarının Kafkasya olduğuna, hem de Türk olduklarına dikkat çekmiştir.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Jangir Ikramov isimli grup üyesi tarafından 14 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin eski dini geleneklerinden olan Hıdır Ilyas bayramı hakkında bilgi alınmak istenmiştir. Geleneksel olarak icra edilen bazı bayramlardaki kutlamalardan da bahseden grup üyesi diğer üyelerden duydukları hakkında bilgi almaya çalışmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı paylaşımların yapılması:

Grup yöneticisi Burhan Ozkoşar 14 Şubat 2019 tarihinde yaptığı paylaşımda "Bizim Ahıska Dergisi'nin" 52 sayısının yer aldığı fotoyu sergilemiştir. Link ile birlikte yapılan paylaşımda derginin içeriğinden de bilgiler verilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Dış Işleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun facebook sayfasındaki paylaşım haber olarak paylaşılmıştır. Gürcistan'la ilgili olan konunun sayfada yer almasının sebebi Ahıska Türkleri ile Gürcistan arasındaki manevi bağdır. Haberde fotoğraflar da kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ Foto paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 14 Şubat 2019 tarihinde Gulceren Terzioğlu isimli kullanıcı tarafından toplantı zamanı çekilen birkaç fotoğraf paylaşılmıştır. Fotoğrafta fotoğrafın amacı ve hangi amaçla kişilerin bir araya geldiği belirtilmemiştir.

14 Şubat tarihinde grupta yapılan bir diğer paylaşımda yer alan video görselde araştırmacı bir kadın yer almakta ve Türk dünyası için yaptığı çalışmalardan bahsetmektedir.

Atilla Retek isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Türklerinin yer aldığı geleneksel giysili tarihi fotolar sergilenmiştir. "Türk Kafkas kıyafetleri ile bir zaman Ahıska'da yaşayan Türkler" başlığı ile grup üyesi hem Ahıskalı Türklerin vatanlarının Kafkasya olduğuna, hem de Türk olduklarına dikkat çekmiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	14 Şubat 2019	1 paylaşım	10 Paylaşım	3 Paylaşım	0 Paylaşım	5 Paylaşım	5 Paylaşım
Genel Toplam:	24 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 14 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili 10 kez paylaşım yapılmış, kültürel bakış açısının sunumu ve haberleşme aracı olarak kullanımla ilgili ise her iki başlıkta 5 paylaşıma rastlanmıştır.

15 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda I-k Lolita isimli grup üyesi "Neden bize Ahıskalı Türklere Gürcü derler?" başlığını kullanmıştır.

Lazlar, Gürcüler, Hemşinler gibi eski dillerinde konuşmuyorsa Ahıskalı Türkler o zaman Müslüman Türk tür diye sonuca varan grup üyesi yazının devamında da bunu savunmuştur.

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda Mücahit Yakşi isimli üye tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin geleneksel yemeklerinden olan "hinkal'ın" fotoğrafı yer almaktadır. "Olsa da yesek" başlığı ile paylaşılan fotoda Ahıskalıların geleneğine vurgu yapılmıştır.

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Grup yöneticisinin 15 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Doktorum izin vermiyor seyahate ama mecburum. Beni Ahıskalı doktorlara emanet edin. Ey bir göz doktoruna ihtiyacım var" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi Ahıskalı doktorları övmeye çalışmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Grup yöneticisi tarafından 15 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Bana diyorsunuz ki "kızıyorsun" gelde kızma şimdi !!!, nedir bu çocuktan çektiğim !!!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi bu çocuk diye hitap ettiği kişiyi tartışma ortamına çekmekte veya onu susturmaya çalışmaktadır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Grup yöneticisinin 15 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Doktorum izin vermiyor seyahate ama mecburum. Beni Ahıskalı doktorlara emanet edin. Ey bir göz doktoruna ihtiyacım var" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi Ahıskalı doktorları övmeye çalışmıştır.

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Grup yöneticisi 15 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Konya Il Göç Idaresi'nde Vatandaşlık Bölümünde bir memure hanım ile telefonda görüşüyorum; "Ahıska Türklerine istisnai vatandaşlıktan yararlanma hakkı yok beyefendi" diyor" başlığı kullanmıştır. Bu paylaşımla sosyal medyada ikamet ve vatandaşlıkla ilgili Konya'da sorunlar yaşandığını halka bilgi vermeye çalışmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi Islam Khaydarov tarafından 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda vatandaşlık başvurusu ile ilgili bilgi alınmaya çalışılmıştır. Yapılan paylaşımda "Vatandaşlık başvuru sorgulama sistemi değişti mi? Artık sadece başvuru numarası ile sorgulanıyor" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunun yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından grupta 15 Şubat 2019 tarihinde yapılan bilgilendirme yazısında grubun amaçlarını paylaşmıştır. Vatan Ahıska diye Ahıskalıların vatanının Gürcistan'ın Ahıska bölgesini kastetmiştir. Ahıskalıları grup vasıtasıyla birlik ve beraberliğe davet etmiştir.

Grup yöneticisi 15 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Konya Il Göç Idaresi'nde Vatandaşlık Bölümünde bir memure hanım ile telefonda görüşüyorum; "Ahıska Türklerine istisnai vatandaşlıktan yararlanma hakkı yok beyefendi" diyor" başlığı kullanmıştır. Bu paylaşımla sosyal medyada ikamet ve vatandaşlıkla ilgili Konya'da sorunlar yaşandığını halka bilgi vermeye çalışmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda I-k Lolita isimli grup üyesi "Neden bize Ahıskalı Türklere Gürcü derler?" başlığını kullanmıştır. Lazlar, Gürcüler, Hemşinler gibi eski dillerinde konuşmuyorsa Ahıskalı Türkler o zaman Müslüman Türk tür diye sonuca varan grup üyesi yazının devamında da bunu savunmuştur.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi Islam Khaydarov tarafından 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda vatandaşlık başvurusu ile ilgili bilgi alınmaya çalışılmıştır. Yapılan paylaşımda "Vatandaşlık başvuru sorgulama sistemi değişti mi? Artık sadece başvuru numarası ile sorgulanıyor" başlığı kullanılmıştır.

Atilla Retek isimli grup üyesi tarafından 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Rusyada etnisiteye göre 3 ve daha fazla sayıda çocuk sahibi olan çiftlerin oranı istatistiği gösterilmiştir. Yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Rusya Federasyonu'nda bu listede ilk sırada yer aldıkları ifade edilmektedir. Bununla da yeni bir bilgi paylaşılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda I-k Lolita isimli grup üyesi "Neden bize Ahıskalı Türklere Gürcü derler?" başlığını kullanmıştır. Lazlar, Gürcüler, Hemşinler gibi eski dillerinde konuşmuyorsa Ahıskalı Türkler o zaman Müslüman Türk tür diye sonuca varan grup üyesi yazının devamında da bunu savunmuştur.

Grup yöneticisinin 15 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Doktorum izin vermiyor seyahate ama mecburum. Beni Ahıskalı doktorlara emanet edin. Ey bir göz doktoruna ihtiyacım var" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi Ahıskalı doktorları övmeye çalışmıştır.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda I-k Lolita isimli grup üyesi "Neden bize Ahıskalı Türklere Gürcü derler?" başlığını kullanmıştır. Lazlar, Gürcüler, Hemşinler gibi eski dillerinde konuşmuyorsa Ahıskalı Türkler o zaman Müslüman Türk tür diye sonuca varan grup üyesi yazının devamında da bunu savunmuştur.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Lazlar, Gürcüler, Hemşinler gibi eski dillerinde konuşmuyorsa Ahıskalı Türkler o zaman Müslüman Türk tür diye sonuca varan grup üyesi yazının devamında da bunu savunmuştur.

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda Mücahit Yakşi isimli üye tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin geleneksel yemeklerinden olan "hinkal'ın" fotoğrafı yer almaktadır. "Olsa da yesek" başlığı ile paylaşılan fotoda Ahıskalıların geleneğine vurgu yapılmıştır.

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Grup yöneticisinin 15 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Doktorum izin vermiyor seyahate ama mecburum. Beni Ahıskalı doktorlara emanet edin. Ey bir göz doktoruna ihtiyacım var" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi Ahıskalı doktorları övmeye çalışmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Grup yöneticisi tarafından 15 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Bana diyorsunuz ki "kızıyorsun" gelde kızma şimdi !!!, nedir bu çocuktan çektiğim !!!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi bu çocuk diye hitap ettiği kişiyi tartışma ortamına çekmekte veya onu susturmaya çalışmaktadır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Grup yöneticisinin 15 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Doktorum izin vermiyor seyahate ama mecburum. Beni Ahıskalı doktorlara emanet edin. Ey bir göz doktoruna ihtiyacım var" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi Ahıskalı doktorları övmeye çalışmıştır.

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Grup yöneticisi 15 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Konya Il Göç Idaresi'nde Vatandaşlık Bölümünde bir memure hanım ile telefonda görüşüyorum; "Ahıska Türklerine istisnai vatandaşlıktan yararlanma hakkı yok beyefendi" diyor" başlığı kullanmıştır. Bu paylaşımla sosyal medyada ikamet ve vatandaşlıkla ilgili Konya'da sorunlar yaşandığını halka bilgi vermeye çalışmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi Islam Khaydarov tarafından 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda vatandaşlık başvurusu ile ilgili bilgi alınmaya çalışılmıştır. Yapılan paylaşımda "Vatandaşlık başvuru sorgulama sistemi değişti mi? Artık sadece başvuru numarası ile sorgulanıyor" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunun yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından grupta 15 Şubat 2019 tarihinde yapılan bilgilendirme yazısında grubun amaçlarını paylaşmıştır. Vatan Ahıska diye Ahıskalıların vatanının Gürcistan'ın Ahıska bölgesini kastetmiştir. Ahıskalıları grup vasıtasıyla birlik ve beraberliğe davet etmiştir.

Grup yöneticisi 15 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Konya Il Göç Idaresi'nde Vatandaşlık Bölümünde bir memure hanım ile telefonda görüşüyorum; "Ahıska Türklerine istisnai vatandaşlıktan yararlanma hakkı yok beyefendi" diyor" başlığı kullanmıştır. Bu paylaşımla sosyal medyada ikamet ve vatandaşlıkla ilgili Konya'da sorunlar yaşandığını halka bilgi vermeye çalışmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda I-k Lolita isimli grup üyesi "Neden bize Ahıskalı Türklere Gürcü derler?" başlığını kullanmıştır. Lazlar, Gürcüler, Hemşinler gibi eski dillerinde konuşmuyorsa Ahıskalı Türkler o zaman Müslüman Türk tür diye sonuca varan grup üyesi yazının devamında da bunu savunmuştur.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi Islam Khaydarov tarafından 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda vatandaşlık başvurusu ile ilgili bilgi alınmaya çalışılmıştır. Yapılan paylaşımda "Vatandaşlık başvuru sorgulama sistemi değişti mi? Artık sadece başvuru numarası ile sorgulanıyor" başlığı kullanılmıştır.

Atilla Retek isimli grup üyesi tarafından 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Rusyada etnisiteye göre 3 ve daha fazla sayıda çocuk sahibi olan çiftlerin oranı istatistiği gösterilmiştir. Yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Rusya Federasyonu'nda bu listede ilk sırada yer aldıkları ifade edilmektedir. Bununla da yeni bir bilgi paylaşılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda I-k Lolita isimli grup üyesi "Neden bize Ahıskalı Türklere Gürcü derler?" başlığını kullanmıştır. Lazlar, Gürcüler, Hemşinler gibi eski dillerinde konuşmuyorsa Ahıskalı Türkler o zaman Müslüman Türk tür diye sonuca varan grup üyesi yazının devamında da bunu savunmuştur.

Grup yöneticisinin 15 Şubat tarihinde yaptığı paylaşımda "Doktorum izin vermiyor seyahate ama mecburum. Beni Ahıskalı doktorlara emanet edin. Ey bir göz doktoruna ihtiyacım var" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi Ahıskalı doktorları övmeye çalışmıştır.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 15 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda I-k Lolita isimli grup üyesi "Neden bize Ahıskalı Türklere Gürcü derler?" başlığını kullanmıştır. Lazlar, Gürcüler, Hemşinler gibi eski dillerinde konuşmuyorsa Ahıskalı Türkler o zaman Müslüman Türk tür diye sonuca varan grup üyesi yazının devamında da bunu savunmuştur.

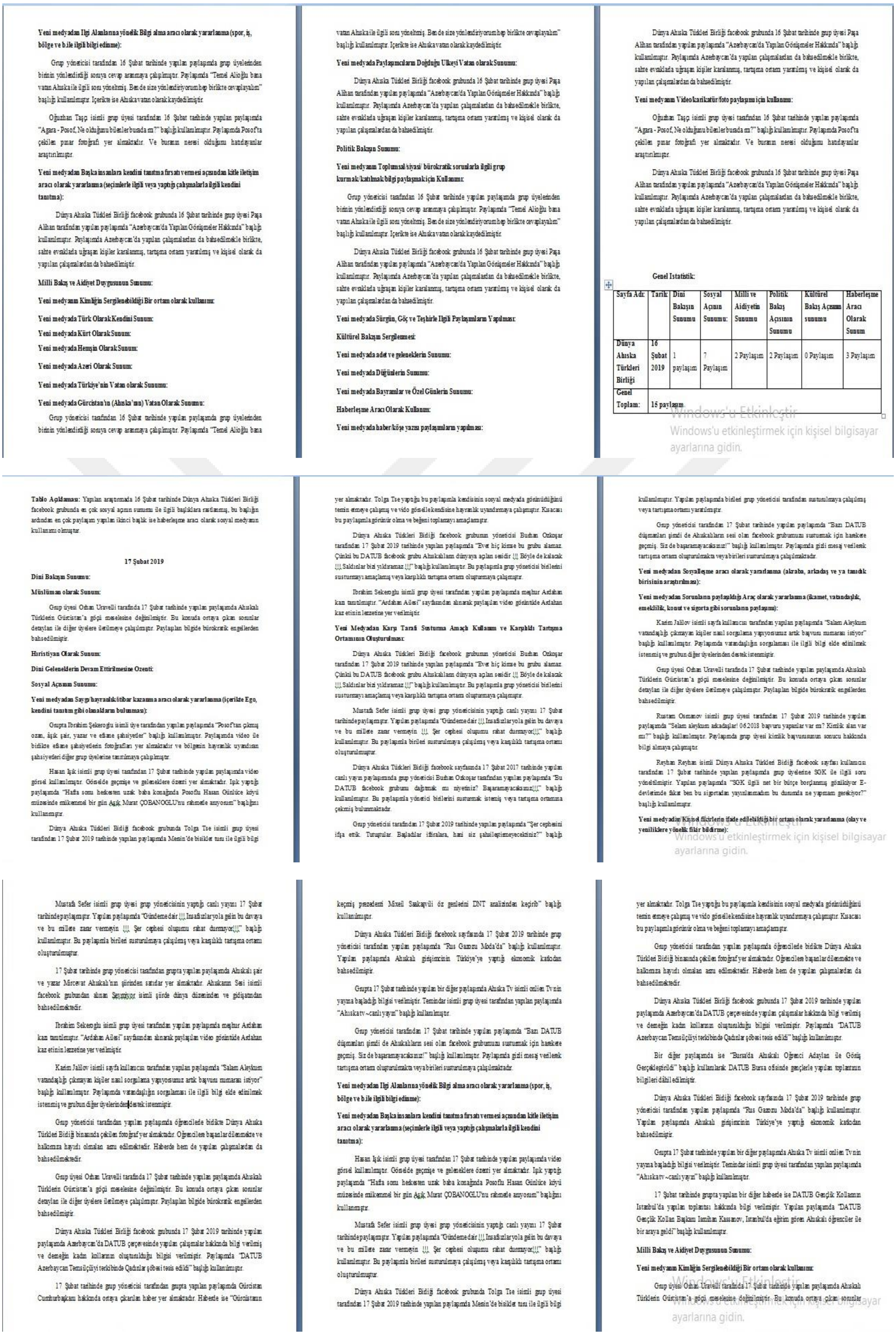
Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Windows'u Etkinleştir
Windows'u etkinleştirmek için kişisel bilgisayar ayarlarına gidin.



Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Grup yöneticisi tarafından 16 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda grup üyelerinden birinin yönlendirdiği soruya cevap aranmaya çalışılmıştır. Paylaşımda "Temel Alioğlu bana vatan Ahıska ile ilgili soru yöneltmiş. Ben de size yönlendiriyorum hep birlikte cevaplayalım" başlığı kullanılmıştır. Içerikte ise Ahıska vatan olarak kaydedilmiştir.

Oğuzhan Taşçı isimli grup üyesi tarafından 16 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda "Agara - Posof, Ne olduğunu bilenler burada mı?" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Posof'ta çekilen pınar fotoğrafı yer almaktadır. Ve buranın neresi olduğunu hatırlayanlar araştırılmıştır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Tüdleri Birliği facebook grubunda 16 Şubat tarihinde grup üyesi Paşa Alihan tarafından yapılan paylaşımda "Azerbaycan'da Yapılan Gönişmeler Hakkında" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Azerbaycan'da yapılan çalışmalardan da bahsedilmekle birlikte, sahte evraklada uğraşan kişiler karalanmış, tartışma ortamı yaratılmış ve kişisel olarak da yapılan çalışmalardan da bahsedilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Grup yöneticisi tarafından 16 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda grup üyelerinden birinin yönlendirdiği soruya cevap aranmaya çalışılmıştır. Paylaşımda "Temel Alioğlu bana vatan Ahıska ile ilgili soru yöneltmiş. Ben de size yönlendiriyorum hep birlikte cevaplayalım" başlığı kullanılmıştır. Içerikte ise Ahıska vatan olarak kaydedilmiştir.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Tüdleri Birliği facebook grubunda 16 Şubat tarihinde grup üyesi Paşa Alihan tarafından yapılan paylaşımda "Azerbaycan'da Yapılan Gönişmeler Hakkında" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Azerbaycan'da yapılan çalışmalardan da bahsedilmekle birlikte, sahte evraklada uğraşan kişiler karalanmış, tartışma ortamı yaratılmış ve kişisel olarak da yapılan çalışmalardan da bahsedilmiştir.

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Grup yöneticisi tarafından 16 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda grup üyelerinden birinin yönlendirdiği soruya cevap aranmaya çalışılmıştır. Paylaşımda "Temel Alioğlu bana vatan Ahıska ile ilgili soru yöneltmiş. Ben de size yönlendiriyorum hep birlikte cevaplayalım" başlığı kullanılmıştır. Içerikte ise Ahıska vatan olarak kaydedilmiştir.

Dünya Ahıska Tüdleri Birliği facebook grubunda 16 Şubat tarihinde grup üyesi Paşa Alihan tarafından yapılan paylaşımda "Azerbaycan'da Yapılan Gönişmeler Hakkında" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Azerbaycan'da yapılan çalışmalardan da bahsedilmekle birlikte, sahte evraklada uğraşan kişiler karalanmış, tartışma ortamı yaratılmış ve kişisel olarak da yapılan çalışmalardan da bahsedilmiştir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Tüdleri Birliği facebook grubunda 16 Şubat tarihinde grup üyesi Paşa Alihan tarafından yapılan paylaşımda "Azerbaycan'da Yapılan Gönişmeler Hakkında" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Azerbaycan'da yapılan çalışmalardan da bahsedilmekle birlikte, sahte evraklada uğraşan kişiler karalanmış, tartışma ortamı yaratılmış ve kişisel olarak da yapılan çalışmalardan da bahsedilmiştir.

Yeni medyanın Video/karikatür/foto paylaşımı için kullanımı:

Oğuzhan Taşçı isimli grup üyesi tarafından 16 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda "Agara - Posof, Ne olduğunu bilenler burada mı?" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Posof'ta çekilen pınar fotoğrafı yer almaktadır. Ve buranın neresi olduğunu hatırlayanlar araştırılmıştır.

Dünya Ahıska Tüdleri Birliği facebook grubunda 16 Şubat tarihinde grup üyesi Paşa Alihan tarafından yapılan paylaşımda "Azerbaycan'da Yapılan Gönişmeler Hakkında" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Azerbaycan'da yapılan çalışmalardan da bahsedilmekle birlikte, sahte evraklada uğraşan kişiler karalanmış, tartışma ortamı yaratılmış ve kişisel olarak da yapılan çalışmalardan da bahsedilmiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	**16 Şubat 2019**	1 paylaşım	7 Paylaşım	2 Paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	3 Paylaşım
Genel Toplam:	**15 paylaşım**						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 16 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Tüdleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmış, bu başlığın ardından en çok paylaşım yapılan ikinci başlık ise haberleşme aracı olarak sosyal medyanın kullanımı olmuştur.

17 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Grup üyesi Orhan Uravelli tarafında 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Gürcistan'a göçü meselesine değinilmiştir. Bu konuda ortaya çıkan sorunlar detayları ile diğer üyelere iletilmeye çalışılmıştır. Paylaşılan bilgide bürokratik engellerden bahsedilmiştir.

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Grupta Ibrahim Şekeroglu isimli üye tarafından yapılan paylaşımda "Posof'tan çıkmış ozan, âşık şair, yazar ve efsane şahsiyetler" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda video ile birlikte efsane şahsiyetlerin fotoğrafları yer almaktadır ve bölgenin hayranlık uyandıran şahsiyetleri diğer grup üyelerine tanıtılmaya çalışılmıştır.

Hasan Işık isimli grup üyesi tarafından 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Görselde geçmişe ve geleneklere özenti yer almaktadır. Işık yaptığı paylaşımda "Hafta sonu herkesten uzak baba konağında Posoflu Hasan Günlüce köyü müzesinde mükemmel bir gün Aşık Murat ÇOBANOGLU'nu rahmetle anıyorum" başlığını kullanmıştır.

Dünya Ahıska Tüdleri Birliği facebook grubunda Tolga Tse isimli grup üyesi tarafından 17 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Mersin'de bisiklet turu ile ilgili bilgi yer almaktadır. Tolga Tse yaptığı bu paylaşımla kendisinin sosyal medyada görünürlüğünü temin etmeye çalışmış ve vido görselle kendisine hayranlık uyandırmaya çalışmıştır. Kısacası bu paylaşımla görünür olma ve beğeni toplamayı amaçlamıştır.

Dünya Ahıska Tüdleri Bidiği facebook grubunun yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından 17 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Evet hiç kimse bu grubu alamaz. Çünkü bu DATUB facebook grubu Ahıskalıların dünyaya açılan sesidir !!! Böyle de kalacak !!! Saldırılar bizi yıldıramaz !!!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi birilerini susturmayı amaçlamış veya karşılıklı tartışma ortamı oluşturmaya çalışmıştır.

Ibrahim Sekeroglu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda meşhur Ardahan kazı tanıtılmıştır. "Ardahan Ailesi" sayfasından alınarak paylaşılan video görüntüde Ardahan kaz etinin lezzetine yer verilmiştir.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Dünya Ahıska Tüdleri Bidiği facebook grubunun yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından 17 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Evet hiç kimse bu grubu alamaz. Çünkü bu DATUB facebook grubu Ahıskalıların dünyaya açılan sesidir !!! Böyle de kalacak !!! Saldırılar bizi yıldıramaz !!!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi birilerini susturmayı amaçlamış veya karşılıklı tartışma ortamı oluşturmaya çalışmıştır.

Mustafa Sefer isimli grup üyesi grup yöneticisinin yaptığı canlı yayını 17 Şubat tarihinde paylaşmıştır. Yapılan paylaşımda "Gündeme dair !!! Insafsızlar yola gelin bu davaya ve bu millete zarar vermeyin !!! Şer cephesi oluşumu rahat durmuyor!!!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla birileri susturulmaya çalışılmış veya karşılıklı tartışma ortamı oluşturulmuştur.

Dünya Ahıska Tüdleri Bidiği facebook sayfasında 17 Şubat 2017 tarihinde yapılan canlı yayın paylaşımında grup yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından yapılan paylaşımda "Bu DATUB facebook grubunu dağıtmak mı niyetiniz? Başaramayacaksınız!!!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla yönetici birilerini susturmak istemiş veya tartışma ortamına çekmiş bulunmaktadır.

Grup yöneticisi tarafından 17 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Şer cephesini ifşa ettik. Tutuştular. Başladılar iftiralara, hani siz şahsileştirmeyecektiniz?" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda birileri grup yöneticisi tarafından susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamı yaratılmıştır.

Grup yöneticisi tarafından 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda "Bazı DATUB düşmanları şimdi de Ahıskalıların sesi olan facebook grubumuzu susturmak için harekete geçmiş. Siz de başaramayacaksınız!" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda gizli mesaj verilerek tartışma ortamı oluşturulmakta veya birileri susturulmaya çalışılmaktadır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Karim Jalilov isimli sayfa kullanıcısı tarafından yapılan paylaşımda "Salam Aleykum vatandaşlığı çıkmayan kişiler nasıl sorgulama yapıyorsunuz artık başvuru numarası istiyor" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda vatandaşlığın sorgulaması ile ilgili bilgi elde edinilmek istenmiş ve grubun diğer üyelerinden destek istenmiştir.

Grup üyesi Orhan Uravelli tarafında 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Gürcistan'a göçü meselesine değinilmiştir. Bu konuda ortaya çıkan sorunlar detayları ile diğer üyelere iletilmeye çalışılmıştır. Paylaşılan bilgide bürokratik engellerden bahsedilmiştir.

Rustam Osmanov isimli grup üyesi tarafından 17 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Selam aleykum arkadaşlar! 06.2018 başvuru yapanlar var mı? Kimlik alan var mı?" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda grup üyesi kimlik başvurusunun sonucu hakkında bilgi almaya çalışmıştır.

Reyhan Reyhan isimli Dünya Ahıska Türkleri Bidiği facebook sayfası kullanıcısı tarafından 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda grup üyelerine SGK ile ilgili soru yöneltilmiştir. Yapılan paylaşımda "SGK ilgili net bir bütçe borçlanmış gözükiyor E-devletimde fakat ben bu sigortadan yayınlanmadım bu durumda ne yapmam gerekiyor?" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Mustafa Sefer isimli grup üyesi grup yöneticisinin yaptığı canlı yayını 17 Şubat tarihinde paylaşmıştır. Yapılan paylaşımda "Gündeme dair !!! Insafsızlar yola gelin bu davaya ve bu millete zarar vermeyin !!! Şer cephesi oluşumu rahat durmuyor!!!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla birileri susturulmaya çalışılmış veya karşılıklı tartışma ortamı oluşturulmuştur.

17 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından grupta yapılan paylaşımda Ahıskalı şair ve yazar Mircevat Ahıskalı'nın şiirinden satırlar yer almaktadır. Ahıskanın Sesi isimli facebook grubundan alınan Şaşmıyor isimli şiirde dünya düzeninden ve gidişatından bahsedilmektedir.

Ibrahim Sekeroglu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda meşhur Ardahan kazı tanıtılmıştır. "Ardahan Ailesi" sayfasından alınarak paylaşılan video görüntüde Ardahan kaz etinin lezzetine yer verilmiştir.

Karim Jalilov isimli sayfa kullanıcısı tarafından yapılan paylaşımda "Salam Aleykum vatandaşlığı çıkmayan kişiler nasıl sorgulama yapıyorsunuz artık başvuru numarası istiyor" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda vatandaşlığın sorgulaması ile ilgili bilgi elde edinilmek istenmiş ve grubun diğer üyelerinden destek istenmiştir.

Grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda öğrencilerle birlikte Dünya Ahıska Türkleri Bidiği binasında çekilen fotoğraf yer almaktadır. Öğrencilere başarılar dilenmekte ve halkımıza hayırlı olmaları arzu edilmektedir. Haberde hem de yapılan çalışmalardan da bahsedilmektedir.

Grup üyesi Orhan Uravelli tarafında 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Gürcistan'a göçü meselesine değinilmiştir. Bu konuda ortaya çıkan sorunlar detayları ile diğer üyelere iletilmeye çalışılmıştır. Paylaşılan bilgide bürokratik engellerden bahsedilmiştir.

Dünya Ahıska Tüdleri Birliği facebook grubunda 17 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Azerbaycan'da DATUB çerçevesinde yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmiş ve derneğin kadın kollarının oluşturulduğu bilgisi verilmiştir. Paylaşımda "DATUB Azerbaycan Temsilçiliyi terkibinde Qadınlar şöbesi tesis edildi" başlığı kullanılmıştır.

17 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından grupta yapılan paylaşımda Gürcistan Cumhurbaşkanı hakkında ortaya çıkarılan haber yer almaktadır. Haberde ise "Gürcistanın keçmiş prezedenti Mixeil Saakaşvili öz genlerini DNT analizinden keçirib" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Tüdleri Bidiği facebook sayfasında 17 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "Rus Gazozu Moda'da" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Ahıskalı girişimcinin Türkiye'ye yaptığı ekonomik katkıdan bahsedilmiştir.

Grupta 17 Şubat tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda Ahıska Tv isimli onlien Tv nin yayına başladığı bilgisi verilmiştir. Temindar isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda "Ahıska tv ~canlı yayın" başlığı kullanılmıştır.

Grup yöneticisi tarafından 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda "Bazı DATUB düşmanları şimdi de Ahıskalıların sesi olan facebook grubumuzu susturmak için harekete geçmiş. Siz de başaramayacaksınız!" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda gizli mesaj verilerek tartışma ortamı oluşturulmakta veya birileri susturulmaya çalışılmaktadır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Hasan Işık isimli grup üyesi tarafından 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Görselde geçmişe ve geleneklere özenti yer almaktadır. Işık yaptığı paylaşımda "Hafta sonu herkesten uzak baba konağında Posoflu Hasan Günlüce köyü müzesinde mükemmel bir gün Aşık Murat ÇOBANOGLU'nu rahmetle anıyorum" başlığını kullanmıştır.

Mustafa Sefer isimli grup üyesi grup yöneticisinin yaptığı canlı yayını 17 Şubat tarihinde paylaşmıştır. Yapılan paylaşımda "Gündeme dair !!! Insafsızlar yola gelin bu davaya ve bu millete zarar vermeyin !!! Şer cephesi oluşumu rahat durmuyor!!!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla birileri susturulmaya çalışılmış veya karşılıklı tartışma ortamı oluşturulmuştur.

Dünya Ahıska Tüdleri Bidiği facebook grubunda Tolga Tse isimli grup üyesi tarafından 17 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Mersin'de bisiklet turu ile ilgili bilgi yer almaktadır. Tolga Tse yaptığı bu paylaşımla kendisinin sosyal medyada görünürlüğünü temin etmeye çalışmış ve vido görselle kendisine hayranlık uyandırmaya çalışmıştır. Kısacası bu paylaşımla görünür olma ve beğeni toplamayı amaçlamıştır.

Grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda öğrencilerle birlikte Dünya Ahıska Türkleri Bidiği binasında çekilen fotoğraf yer almaktadır. Öğrencilere başarılar dilenmekte ve halkımıza hayırlı olmaları arzu edilmektedir. Haberde hem de yapılan çalışmalardan da bahsedilmektedir.

Dünya Ahıska Tüdleri Birliği facebook grubunda 17 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Azerbaycan'da DATUB çerçevesinde yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmiş ve derneğin kadın kollarının oluşturulduğu bilgisi verilmiştir. Paylaşımda "DATUB Azerbaycan Temsilçiliyi terkibinde Qadınlar şöbesi tesis edildi" başlığı kullanılmıştır.

Bir diğer paylaşımda ise "Bursa'da Ahıskalı Öğrenci Adayları ile Görüş Gerçekleştirildi" başlığı kullanılarak DATUB Bursa ofisinde gençlerle yapılan toplantının bilgileri dâhil edilmiştir.

Dünya Ahıska Tüdleri Bidiği facebook sayfasında 17 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "Rus Gazozu Moda'da" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Ahıskalı girişimcinin Türkiye'ye yaptığı ekonomik katkıdan bahsedilmiştir.

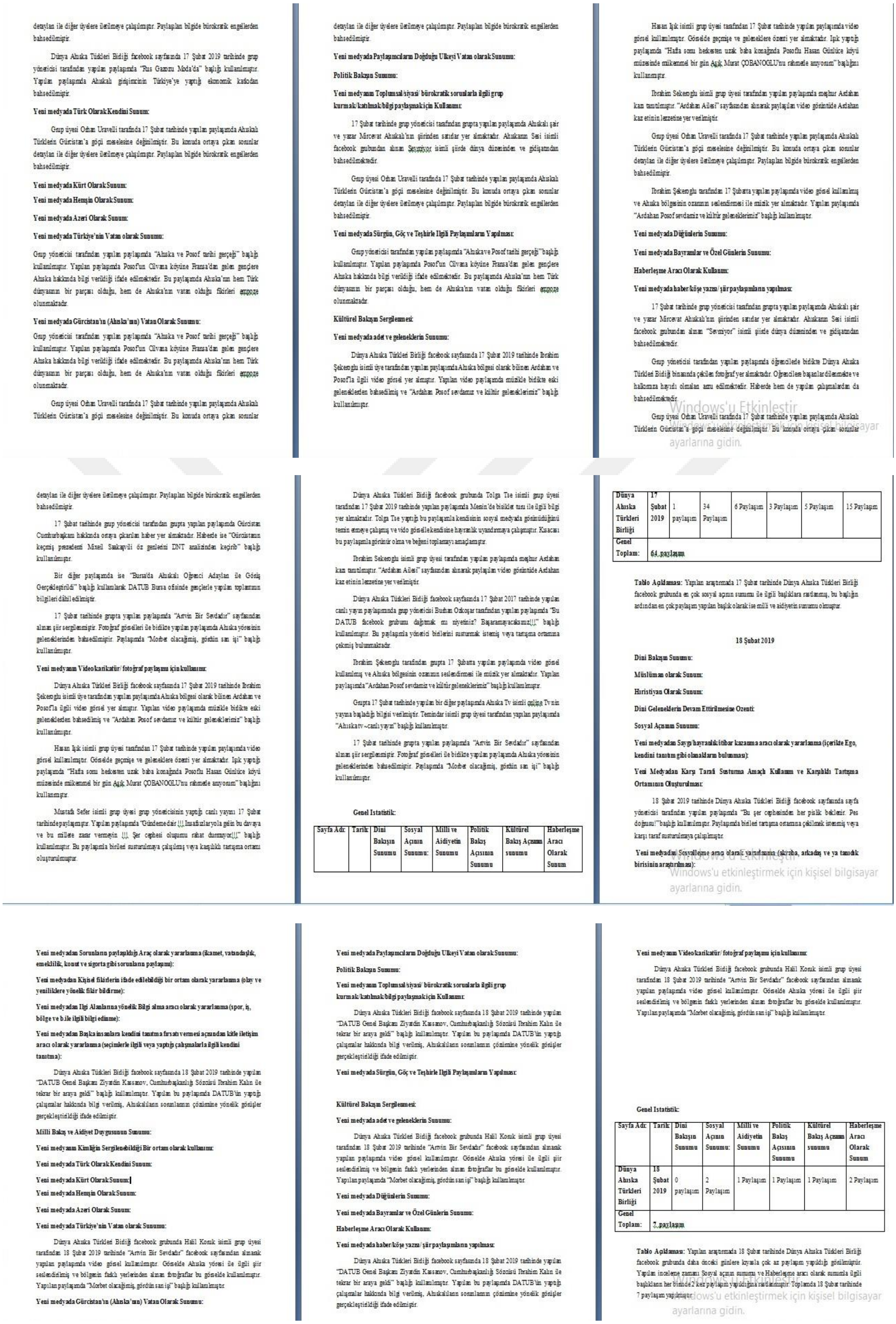
Grupta 17 Şubat tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda Ahıska Tv isimli onlien Tv nin yayına başladığı bilgisi verilmiştir. Temindar isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda "Ahıska tv ~canlı yayın" başlığı kullanılmıştır.

17 Şubat tarihinde grupta yapılan bir diğer haberde ise DATUB Gençlik Kollarının Istanbul'da yapılan toplantısı hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "DATUB Gençlik Kolları Başkanı Iamihan Kassanov, Istanbul'da eğitim gören Ahıskalı öğrenciler ile bir araya geldi" başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Grup üyesi Orhan Uravelli tarafında 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Gürcistan'a göçü meselesine değinilmiştir. Bu konuda ortaya çıkan sorunlar


detaylan ile diğer üyelere iletilmeye çalışılmıştır. Paylaşılan bilgide bürokratik engellerden bahsedilmiştir.

Dünya Ahıska Tüdkleri Bidiği facebook sayfasında 17 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "Rus Gazozu Moda'da" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Ahıskalı girişimcinin Türkiye'ye yaptığı ekonomik katkıdan bahsedilmiştir.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Grup üyesi Orhan Uravelli tarafında 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Gürcistan'a göçü meselesine değinilmiştir. Bu konuda ortaya çıkan sorunlar detaylan ile diğer üyelere iletilmeye çalışılmıştır. Paylaşılan bilgide bürokratik engellerden bahsedilmiştir.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "Ahıska ve Posof tarihi gerçeği" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Posof'un Cilvana köyüne Fransa'dan gelen gençlere Ahıska hakkında bilgi verildiği ifade edilmektedir. Bu paylaşımda Ahıska'nın hem Türk dünyasının bir parçası olduğu, hem de Ahıska'nın vatan olduğu fikirleri empoze olunmaktadır.

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "Ahıska ve Posof tarihi gerçeği" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Posof'un Cilvana köyüne Fransa'dan gelen gençlere Ahıska hakkında bilgi verildiği ifade edilmektedir. Bu paylaşımda Ahıska'nın hem Türk dünyasının bir parçası olduğu, hem de Ahıska'nın vatan olduğu fikirleri empoze olunmaktadır.

Grup üyesi Orhan Uravelli tarafında 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Gürcistan'a göçü meselesine değinilmiştir. Bu konuda ortaya çıkan sorunlar

detaylan ile diğer üyelere iletilmeye çalışılmıştır. Paylaşılan bilgide bürokratik engellerden bahsedilmiştir.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

17 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından grupta yapılan paylaşımda Ahıskalı şair ve yazar Mircevat Ahıskalı'nın şiirinden satırlar yer almaktadır. Ahıskanın Sesi isimli facebook grubundan alınan Sevmiyor isimli şiirde dünya düzeninden ve gidişatından bahsedilmektedir.

Grup üyesi Orhan Uravelli tarafında 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Gürcistan'a göçü meselesine değinilmiştir. Bu konuda ortaya çıkan sorunlar detaylan ile diğer üyelere iletilmeye çalışılmıştır. Paylaşılan bilgide bürokratik engellerden bahsedilmiştir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "Ahıska ve Posof tarihi gerçeği" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Posof'un Cilvana köyüne Fransa'dan gelen gençlere Ahıska hakkında bilgi verildiği ifade edilmektedir. Bu paylaşımda Ahıska'nın hem Türk dünyasının bir parçası olduğu, hem de Ahıska'nın vatan olduğu fikirleri empoze olunmaktadır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 17 Şubat 2019 tarihinde Ibrahim Şekeroglu isimli üye tarafından yapılan paylaşımda Ahıska bölgesi olarak bilinen Ardahan ve Posof'la ilgili video görsel yer almıştır. Yapılan video paylaşımda müzikle birlikte eski geleneklerden bahsedilmiş ve "Ardahan Posof sevdamız ve kültür geleneklerimiz" başlığı kullanılmıştır.

Hasan Işık isimli grup üyesi tarafından 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Görselde geçmişe ve geleneklere özenti yer almaktadır. Işık yaptığı paylaşımda "Hafta sonu herkesten uzak baba konağında Posoflu Hasan Günlüce köyü müzesinde mükemmel bir gün Aşık Murat ÇOBANOGLU'nu rahmetle anıyorum" başlığını kullanmıştır.

Ibrahim Sekeroglu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda meşhur Ardahan kazı tanıtılmıştır. "Ardahan Ailesi" sayfasından alınarak paylaşılan video görüntüde Ardahan kaz etinin lezzetine yer verilmiştir.

Grup üyesi Orhan Uravelli tarafında 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Gürcistan'a göçü meselesine değinilmiştir. Bu konuda ortaya çıkan sorunlar detaylan ile diğer üyelere iletilmeye çalışılmıştır. Paylaşılan bilgide bürokratik engellerden bahsedilmiştir.

Ibrahim Şekeroglu tarafından 17 Şubatta yapılan paylaşımda video görsel kullanılmış ve Ahıska bölgesinin ozanının seslendirmesi ile müzik yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Ardahan Posof sevdamiz ve kültür geleneklerimiz" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımlarının yapılması:

17 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından grupta yapılan paylaşımda Ahıskalı şair ve yazar Mircevat Ahıskalı'nın şiirinden satırlar yer almaktadır. Ahıskanın Sesi isimli facebook grubundan alınan "Sevmiyor" isimli şiirde dünya düzeninden ve gidişatından bahsedilmektedir.

Grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda öğrencilerle birlikte Dünya Ahıska Türkleri Birliği binasında çekilen fotoğraf yer almaktadır. Oğrencilere başarılar dilenmekte ve halkımıza hayırlı olmaları arzu edilmektedir. Haberde hem de yapılan çalışmalardan da bahsedilmektedir.

Grup üyesi Orhan Uravelli tarafında 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Gürcistan'a göçü meselesine değinilmiştir. Bu konuda ortaya çıkan sorunlar

detaylan ile diğer üyelere iletilmeye çalışılmıştır. Paylaşılan bilgide bürokratik engellerden bahsedilmiştir.

17 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından grupta yapılan paylaşımda Gürcistan Cumhurbaşkanı hakkında ortaya çıkarılan haber yer almaktadır. Haberde ise "Gürcüstanın keçmiş prezedenti Mixeil Saakaşvili öz genlerini DNT analizinden keçirib" başlığı kullanılmıştır.

Bir diğer paylaşımda ise "Bursa'da Ahıskalı Oğrenci Adaylan ile Görüş Gerçekleştirildi" başlığı kullanılarak DATUB Bursa ofisinde gençlerle yapılan toplantının bilgileri dâhil edilmiştir.

17 Şubat tarihinde grupta yapılan paylaşımda "Artvin Bir Sevdadır" sayfasından alınan şiir sergilenmiştir. Fotoğraf görselleri ile birlikte yapılan paylaşımda Ahıska yöresinin geleneklerinden bahsedilmiştir. Paylaşımda "Morbet olacağımiş, gördün sen işi" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 17 Şubat 2019 tarihinde Ibrahim Şekeroglu isimli üye tarafından yapılan paylaşımda Ahıska bölgesi olarak bilinen Ardahan ve Posof'la ilgili video görsel yer almıştır. Yapılan video paylaşımda müzikle birlikte eski geleneklerden bahsedilmiş ve "Ardahan Posof sevdamız ve kültür geleneklerimiz" başlığı kullanılmıştır.

Hasan Işık isimli grup üyesi tarafından 17 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Görselde geçmişe ve geleneklere özenti yer almaktadır. Işık yaptığı paylaşımda "Hafta sonu herkesten uzak baba konağında Posoflu Hasan Günlüce köyü müzesinde mükemmel bir gün Aşık Murat ÇOBANOGLU'nu rahmetle anıyorum" başlığını kullanmıştır.

Mustafa Sefer isimli grup üyesi grup yöneticisinin yaptığı canlı yayını 17 Şubat tarihinde paylaşmıştır. Yapılan paylaşımda "Gündeme dair !!! Insafsızlar yola gelin bu davaya ve bu millete zarar vermeyin !!! Şer cephesi oluşumu rahat durmuyor!!!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla birileri susturulmaya çalışılmış veya karşılıklı tartışma ortamı oluşturulmuştur.

Dünya Ahıska Tüdkleri Bidiği facebook grubunda Tolga Tse isimli grup üyesi tarafından 17 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Mersin'de bisiklet turu ile ilgili bilgi yer almaktadır. Tolga Tse yaptığı bu paylaşımla kendisinin sosyal medyada görünürlüğünü temin etmeye çalışmış ve vido görselle kendisine hayranlık uyandırmaya çalışmıştır. Kısacası bu paylaşımla görünür olma ve beğeni toplamayı amaçlamıştır.

Ibrahim Sekeroglu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda meşhur Ardahan kazı tanıtılmıştır. "Ardahan Ailesi" sayfasından alınarak paylaşılan video görüntüde Ardahan kaz etinin lezzetine yer verilmiştir.

Dünya Ahıska Tüdkleri Bidiği facebook sayfasında 17 Şubat 2017 tarihinde yapılan canlı yayın paylaşımında grup yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından yapılan paylaşımda "Bu DATUB facebook grubunu dağıtmak mı niyetiniz? Başaramayacaksınız!!!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla yönetici birilerini susturmak istemiş veya tartışma ortamına çekmiş bulunmaktadır.

Ibrahim Şekeroglu tarafından grupta 17 Şubatta yapılan paylaşımda video görsel kullanılmış ve Ahıska bölgesinin ozanının seslendirmesi ile müzik yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Ardahan Posof sevdamiz ve kültür geleneklerimiz" başlığı kullanılmıştır.

Grupta 17 Şubat tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda Ahıska Tv isimli online Tv nin yayına başladığı bilgisi verilmiştir. Temindar isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda "Ahıska tv ~canlı yayın" başlığı kullanılmıştır.

17 Şubat tarihinde grupta yapılan paylaşımda "Artvin Bir Sevdadır" sayfasından alınan şiir sergilenmiştir. Fotoğraf görselleri ile birlikte yapılan paylaşımda Ahıska yöresinin geleneklerinden bahsedilmiştir. Paylaşımda "Morbet olacağımiş, gördün san işi" başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	17 Şubat 2019	1 paylaşım	34 Paylaşım	6 Paylaşım	3 Paylaşım	5 Paylaşım	15 Paylaşım
Genel Toplam:	64 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 17 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Tüdkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmış, bu başlığın ardından en çok paylaşım yapılan başlık olarak ise milli ve aidiyetin sunumu olmuştur.

18 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

18 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Tüdkleri Bidiği facebook sayfasında sayfa yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "Bu şer cephesinden her pislik beklenir. Pes doğrusu!" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda birileri tartışma ortamına çekilmek istenmiş veya karşı taraf susturulmaya çalışılmıştır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Tüdkleri Bidiği facebook sayfasında 18 Şubat 2019 tarihinde yapılan "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov, Cumhurbaşkanlığı Sözcüsü Ibrahim Kalın ile tekrar bir araya geldi" başlığı kullanılmıştır. Yapılan bu paylaşımda DATUB'un yaptığı çalışmalar hakkında bilgi verilmiş, Ahıskalıların sorunlarının çözümüne yönelik görüşler gerçekleştirildiği ifade edilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Bidiği facebook grubunda Halil Konuk isimli grup üyesi tarafından 18 Şubat 2019 tarihinde "Artvin Bir Sevdadır" facebook sayfasından alınarak yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Görselde Ahıska yöresi ile ilgili şiir seslendirilmiş ve bölgenin farklı yerlerinden alınan fotoğraflar bu görselde kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda "Morbet olacağimiş, gördün san işi" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Bidiği facebook sayfasında 18 Şubat 2019 tarihinde yapılan "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov, Cumhurbaşkanlığı Sözcüsü Ibrahim Kalın ile tekrar bir araya geldi" başlığı kullanılmıştır. Yapılan bu paylaşımda DATUB'un yaptığı çalışmalar hakkında bilgi verilmiş, Ahıskalıların sorunlarının çözümüne yönelik görüşler gerçekleştirildiği ifade edilmiştir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Bidiği facebook grubunda Halil Konuk isimli grup üyesi tarafından 18 Şubat 2019 tarihinde "Artvin Bir Sevdadır" facebook sayfasından alınarak yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Görselde Ahıska yöresi ile ilgili şiir seslendirilmiş ve bölgenin farklı yerlerinden alınan fotoğraflar bu görselde kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda "Morbet olacağimiş, gördün san işi" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımlarının yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Bidiği facebook sayfasında 18 Şubat 2019 tarihinde yapılan "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov, Cumhurbaşkanlığı Sözcüsü Ibrahim Kalın ile tekrar bir araya geldi" başlığı kullanılmıştır. Yapılan bu paylaşımda DATUB'un yaptığı çalışmalar hakkında bilgi verilmiş, Ahıskalıların sorunlarının çözümüne yönelik görüşler gerçekleştirildiği ifade edilmiştir.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Bidiği facebook grubunda Halil Konuk isimli grup üyesi tarafından 18 Şubat 2019 tarihinde "Artvin Bir Sevdadır" facebook sayfasından alınarak yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Görselde Ahıska yöresi ile ilgili şiir seslendirilmiş ve bölgenin farklı yerlerinden alınan fotoğraflar bu görselde kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda "Morbet olacağimiş, gördün san işi" başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	18 Şubat 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	7 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 18 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Tüdkleri Birliği facebook grubunda daha önceki günlere kıyasla çok az paylaşım yapıldığı görülmüştür. Yapılan inceleme zamanı Sosyal açının sunumu ve Haberleşme aracı olarak sunumla ilgili başlıkların her birinde 2 kez paylaşım yapıldığına rastlanmıştır. Toplamda 18 Şubat tarihinde 7 paylaşım yapılmıştır.

19 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Grupta yönetici tarafından19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Avrupa Temsilciliği'nin Vatana, yani Ahıska'ya dönüş Komisyonu tarafından Avrupa Konseyi düzeyinde yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir. Hem vatan konusu ve göç konusunun, hem de yapılan çalışmaların konuşulduğu paylaşım video görselle yapılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 19 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı STK'larına örnek olunacak bir durum sergilenmiş ve Halil isimli STK yöneticisinin ismi örnek olarak verilerek hayranlık uyandırılmıştır. Paylaşımda "İşte Halil Aslan Bey gibi Ahıskalı STK yöneticilerine şiddetle ihtiyaç var. Tebrik ediyorum sizi Halil Bey" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 19 Şubat 2019 tarihinde sayfanın moderatörü tarafından yapılan paylaşımda "Alimır Aktaş'tan DATUB Bursa Ofisi Ziyareti" başlığı kullanılmıştır. Büyükşehir Belediye başkan adayının Ahıskalıları ziyaret ettiği haberi ile STK'nın yaptığı çalışmalara dikkat çekilmiştir.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Grup yöneticisi tarafından 19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda birilerinin DATUB facebook grubunu ele geçirmek veya kapatmak istediğini belirtilmiş veya gizli mesajla birileri tartışma ortamına davet edilmiştir. Yapılan paylaşımda "DATUB facebook grubumuza taktılar kafayı! Başaramayacaksınız!" başlığı kullanılmıştır.

Grup yöneticisi tarafından 19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda tartışma ortamı oluşturulmaya çalışılmış veya verilen mesajla birileri susturulmaya çalışılmıştır. Paylaşımda "Buyurun grubun adını vereyim size. Ama önce gelin Avrupa temsilciliği görevini alın. Bırakmaya hazırım!" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Grupta yönetici tarafından19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Avrupa Temsilciliği'nin Vatana, yani Ahıska'ya dönüş Komisyonu tarafından Avrupa Konseyi düzeyinde yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir. Hem vatan konusu ve göç konusunun, hem de yapılan çalışmaların konuşulduğu paylaşım video görselle yapılmıştır.

Rustam Sardalov isimli grup üyesi tarafından 19 Şubatta yapılan paylaşımda 12 yıldır Türkiye'de yaşayan Bağırov kardeşlerinin halen vatandaş olamadığı ve bu sorunun çözülmediğine dair bilgi verilmiştir. Annesi ile birlikte Türkiye'de ikamet eden kardeşlerin nüfus cüzdanı alamadıkları için bu sorunla karşılaştıkları belirtilmiştir.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Grupta yönetici tarafından19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Avrupa Temsilciliği'nin Vatana, yani Ahıska'ya dönüş Komisyonu tarafından Avrupa Konseyi düzeyinde yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir. Hem vatan konusu ve göç konusunun, hem de yapılan çalışmaların konuşulduğu paylaşım video görselle yapılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 19 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı STK'larına örnek olunacak bir durum sergilenmiş ve Halil isimli STK yöneticisinin ismi örnek olarak verilerek hayranlık uyandırılmıştır. Paylaşımda "İşte Halil Aslan Bey gibi Ahıskalı STK yöneticilerine şiddetle ihtiyaç var. Tebrik ediyorum sizi Halil Bey" başlığı kullanılmıştır.

Halil Aslan isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi ve aynı zamanda STK başkanı yaptığı paylaşımda Kocaeli Ahıskalılar Kültür ve Dayanışma Derneği olarak alınan kararı yayınlamıştır. "Açıklama Bildirisi" başlığı ile yapılan paylaşımda bazı toplumsal ve yönetimsel sorunlar dile getirilmiştir.

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik bilgi alma veya bilgi verme aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 19 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "YTB Başkanı Eren: Yurt dışında her vatandaşımız gönüllü elçi olmalı" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımın DATUB sayfasında yapılmasının nedeni 9 ülkede toplu olarak yaşayan Ahıskalı Türkleri de ilgilendiren bir konu olmasıdır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Grupta yönetici tarafından19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Avrupa Temsilciliği'nin Vatana, yani Ahıska'ya dönüş Komisyonu tarafından Avrupa Konseyi düzeyinde yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir. Hem vatan konusu ve göç konusunun, hem de yapılan çalışmaların konuşulduğu paylaşım video görselle yapılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 19 Şubat 2019 tarihinde sayfanın moderatörü tarafından yapılan paylaşımda "Alimır Aktaş'tan DATUB Bursa Ofisi Ziyareti" başlığı kullanılmıştır. Büyükşehir Belediye başkan adayının Ahıskalıları ziyaret ettiği haberi ile STK'nın yaptığı çalışmalara dikkat çekilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 19 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "YTB Başkanı Eren: Yurt dışında her vatandaşımız gönüllü elçi olmalı" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımın DATUB sayfasında yapılmasının nedeni 9 ülkede toplu olarak yaşayan Ahıskalı Türkleri de ilgilendiren bir konu olmasıdır.

"Vatanım Ahıska" facebook grubundan alınan video görsel grup yöneticisi tarafından 19 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında paylaşılmıştır. Ahıska kalesi ve çevresinin sergilendiği paylaşımda "An itibariyla Ahıska Kalesi " başlığı kullanılmıştır. Verilen mesajla hem Ahıska'nın vatan olduğu belirtilmiş, hem de milli kimliğe dokunulmuştur.

Halil Aslan isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi ve aynı zamanda STK başkanı yaptığı paylaşımda Kocaeli Ahıskalılar Kültür ve Dayanışma Derneği olarak alınan kararı yayınlamıştır. "Açıklama Bildirisi" başlığı ile yapılan paylaşımda bazı toplumsal ve yönetimsel sorunlar dile getirilmiştir.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Grupta yönetici tarafından19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Avrupa Temsilciliği'nin Vatana, yani Ahıska'ya dönüş Komisyonu tarafından Avrupa Konseyi düzeyinde yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir. Hem vatan konusu ve göç konusunun, hem de yapılan çalışmaların konuşulduğu paylaşım video görselle yapılmıştır.

"Vatanım Ahıska" facebook grubundan alınan video görsel grup yöneticisi tarafından 19 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında paylaşılmıştır. Ahıska kalesi ve çevresinin sergilendiği paylaşımda "An itibariyla Ahıska Kalesi " başlığı kullanılmıştır. Verilen mesajla hem Ahıska'nın vatan olduğu belirtilmiş, hem de milli kimliğe dokunulmuştur.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Grupta yönetici tarafından19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Avrupa Temsilciliği'nin Vatana, yani Ahıska'ya dönüş Komisyonu tarafından Avrupa Konseyi düzeyinde yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir. Hem vatan konusu ve göç konusunun, hem de yapılan çalışmaların konuşulduğu paylaşım video görselle yapılmıştır.

Halil Aslan isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi ve aynı zamanda STK başkanı yaptığı paylaşımda Kocaeli Ahıskalılar Kültür ve Dayanışma Derneği olarak alınan kararı yayınlamıştır. "Açıklama Bildirisi" başlığı ile yapılan paylaşımda bazı toplumsal ve yönetimsel sorunlar dile getirilmiştir.

Rustam Sardalov isimli grup üyesi tarafından 19 Şubatta yapılan paylaşımda 12 yıldır Türkiye'de yaşayan Bağırov kardeşlerinin halen vatandaş olamadığı ve bu sorunun çözülmediğine dair bilgi verilmiştir. Annesi ile birlikte Türkiye'de ikamet eden kardeşlerin nüfus cüzdanı alamadıkları için bu sorunla karşılaştıkları belirtilmiştir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle İlgili Paylaşımların Yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 19 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "YTB Başkanı Eren: Yurt dışında her vatandaşımız gönüllü elçi olmalı" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımın DATUB sayfasında yapılmasının nedeni 9 ülkede toplu olarak yaşayan Ahıskalı Türkleri de ilgilendiren bir konu olmasıdır.

Grupta yönetici tarafından19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Avrupa Temsilciliği'nin Vatana, yani Ahıska'ya dönüş Komisyonu tarafından Avrupa Konseyi düzeyinde yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir. Hem vatan konusu ve göç konusunun, hem de yapılan çalışmaların konuşulduğu paylaşım video görselle yapılmıştır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

İbrahim Şekeroglu isimli grup üyesi tarafından 19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Video görselde Ahıska yöresi ile ilgili müzikle birlikte şiir paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "Ardahan Posof sevdamız ve kültür geleneklerimiz" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

İbrahim Şekeroglu isimli grup üyesi tarafından 19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Video görselde Ahıska yöresi ile ilgili müzikle birlikte şiir paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "Ardahan Posof sevdamız ve kültür geleneklerimiz" başlığı kullanılmıştır.

Halil Aslan isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi ve aynı zamanda STK başkanı yaptığı paylaşımda Kocaeli Ahıskalılar Kültür ve Dayanışma Derneği olarak alınan kararı yayınlamıştır. "Açıklama Bildirisi" başlığı ile yapılan paylaşımda bazı toplumsal ve yönetimsel sorunlar dile getirilmiştir.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

İbrahim Şekeroglu isimli grup üyesi tarafından 19 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Video görselde Ahıska yöresi ile ilgili müzikle birlikte şiir paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "Ardahan Posof sevdamız ve kültür geleneklerimiz" başlığı kullanılmıştır.

"Vatanım Ahıska" facebook grubundan alınan video görsel grup yöneticisi tarafından 19 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında paylaşılmıştır. Ahıska kalesi ve çevresinin sergilendiği paylaşımda "An itibariyla Ahıska Kalesi " başlığı kullanılmıştır. Verilen mesajla hem Ahıska'nın vatan olduğu belirtilmiş, hem de milli kimliğe dokunulmuştur.

Genel İstatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	19 Şubat 2019	1 paylaşım	13 Paylaşım	5 Paylaşım	5 Paylaşım	1 Paylaşım	4 Paylaşım
Genel Toplam:	29 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 19 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmış, bu başlığın ardından en çok paylaşım yapılan başlık olarak ise milli ve aidiyetin sunumu ve politik sunum olmuştur. Sosyal açının sunumu ile ilgili olarak 13, diğer 2 başlığın her biri ile ilgili olarak ise 5 paylaşım yapılmıştır. Toplamda 19 Şubat tarihinde 29 paylaşıma rastlanmıştır.

20 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında Shakhmurad Bekadze isimli kullanıcı tarafından yapılan paylaşımda Rusça başlık kullanılmıştır. Paylaşımda Gürcistan'ın bir köyünde Avustralyalının bir kişinin müzik aleti ile fotoğrafı yer almaktadır. Gürcistan'ın halklara tolerans yanaştığı ve kendi kültürünü yaşatmasında yabancılara her türlü kolaylık sağladığından bahsedilmiştir.

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Dünya Ahıska Türkleri birliği facebook grubu üyesi Murat Ahiskali tarafından 20 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı genç için maddi destek ilanı yayınlanmıştır. Silahlı saldırı zamanı yaralanan gencin tedavisi için yurtdışına gönderilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Bu paylaşımla diğer grup üyelerinden sağlıkla ilgili destek istenmiştir.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 20 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Tiflis'te Gençler Akademisi Merkezinin açılışının gerçekleştirildiği haberi yer almaktadır. Tika Tiflis facebook sayfasından alınan haberde "Başkanlığımızın desteğiyle Yaratıcı Gençler Akademisi Merkezinin açılışı gerçekleştirildi" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında Shakhmurad Bekadze isimli kullanıcı tarafından yapılan paylaşımda Rusça başlık kullanılmıştır. Paylaşımda Gürcistan'ın bir köyünde Avustralyalının bir kişinin müzik aleti ile fotoğrafı yer almaktadır. Gürcistan'ın halklara tolerans yanaştığı ve kendi kültürünü yaşatmasında yabancılara her türlü kolaylık sağladığından bahsedilmiştir.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

İbrahim Şekeroglu isimli facebook grubu üyesi tarafından yapılan paylaşımda Posoflu şairin şiiri video görselle sunulmuştur. Yapılan paylaşımda "Hepimiz bir toprağız Şiiri" başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında Shakhmurad Bekadze isimli kullanıcı tarafından yapılan paylaşımda Rusça başlık kullanılmıştır. Paylaşımda Gürcistan'ın bir köyünde Avustralyalının bir kişinin müzik aleti ile fotoğrafı yer almaktadır. Gürcistan'ın halklara tolerans yanaştığı ve kendi kültürünü yaşatmasında yabancılara her türlü kolaylık sağladığından bahsedilmiştir.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında Shakhmurad Bekadze isimli kullanıcı tarafından yapılan paylaşımda Rusça başlık kullanılmıştır. Paylaşımda Gürcistan'ın bir köyünde Avustralyalının bir kişinin müzik aleti ile fotoğrafı yer almaktadır. Gürcistan'ın halklara tolerans yanaştığı ve kendi kültürünü yaşatmasında yabancılara her türlü kolaylık sağladığından bahsedilmiştir.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle İlgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında Shakhmurad Bekadze isimli kullanıcı tarafından yapılan paylaşımda Rusça başlık kullanılmıştır. Paylaşımda Gürcistan'ın bir köyünde Avustralyalının bir kişinin müzik aleti ile fotoğrafı yer almaktadır. Gürcistan'ın halklara tolerans yanaştığı ve kendi kültürünü yaşatmasında yabancılara her türlü kolaylık sağladığından bahsedilmiştir.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımlarını yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 20 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Tiflis'te Gençler Akademisi Merkezinin açılışının gerçekleştirildiği haberi yer almaktadır. Tika Tiflis facebook sayfasından alınan haberde "Başkanlığımızın desteğiyle Yaratıcı Gençler Akademisi Merkezinin açılışı gerçekleştirildi" başlığı kullanılmıştır.

Ibrahim Şekeroglu isimli facebook grubu üyesi tarafından yapılan paylaşımda Posoflu şairin şiiri video görselle sunulmuştur. Yapılan paylaşımda "Hepimiz bir toprağız Şiiri" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Ibrahim Şekeroglu isimli facebook grubu üyesi tarafından yapılan paylaşımda Posoflu şairin şiiri video görselle sunulmuştur. Yapılan paylaşımda "Hepimiz bir toprağız Şiiri" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında Shakhmurad Bekadze isimli kullanıcı tarafından yapılan paylaşımda Rusça başlık kullanılmıştır. Paylaşımda Gürcistan'ın bir köyünde Avustralyalının bir kişinin müzik aleti ile fotoğrafı yer almaktadır. Gürcistan'ın halklara tolerans yanaştığı ve kendi kültürünü yaşatmasında yabancılara her türlü kolaylık sağladığından bahsedilmiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	20 Şubat 2019	1 paylaşım	4 Paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	4 Paylaşım
Genel Toplam:	12 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 20 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda sosyal açının sunumu ve haberleşme aracı olarak sunum başlıklarının her birinde 4 paylaşımın yapıldığı, milli aidiyetin sunumu olarak ise 2 kez paylaşımın yapıldığı görülmüştür. Diğer başlıkların ikisinde 1 kez, dini bakışın sunumu ilgili ise paylaşım yapılmadığı ortaya çıkarılmıştır.

21 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Ali Süer isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda "Evet sonunda geldi. Teşekkürler Burhan Ozkoşar, Teşekkürler DATUB" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Türkiye vatandaşlığını elde etmiş kişi bunu sosyal medya aracılığı ile herkesle bölüşmektedir.

Halil Aslan isimli grup üyesi tarafından 21 Şubat 2019 tarihinde grupta yapılan paylaşımda "Kocaeli Ahıskalılar Kültür ve Dayanışma Demeği" Sayfasından alınan habere yer verilmiştir. Ahıska sürgün hatıra fotoğrafının yer aldığı paylaşımda demeğin Göç Mültecilik Komisyonu ile birlikte fotoğraf sergisinin düzenleneceği belirtilmiştir.

21 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından grupta yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanı başdanışmanı Yalçın Topçu Ahıskalıların gururu olarak gösterilmiştir. Yapılan paylaşımda "Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Ahıskalı Başdanışmanı!" başlığı kullanılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Grup yöneticisi tarafından 21 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda "Değerli dostlarım teşekkür ediyorum güveninizden dolayı. Şer cephesi çarpıtıyor, iftira atıyor ama siz onlara dersini veriyor çalışanın yanında yer alıyorsunuz. Rahatım!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi verdiği mesajla birilerini susturmaya çalışmış veya karşılıklı tartışma ortamı oluşturmuştur.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta, iş gibi sorunların paylaşımı):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 21 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Iskender Mekhriev tarafından yapılan paylaşımda iş arama ilanı yayınlanmıştır. Inşaat mühendisi olduğunu ifade eden paylaşımcı grup üyelerinden kendisine iş bulmada yardımcı olmalarını istemiştir. Bu paylaşımla kişi kendi sorununu dile getirmiştir.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 21 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda eski canlı yayın yer almaktadır. Paylaşımda havalimanlarında Ahıskalı Türklerin yabancı kişiler gibi muameleye tabi tutulduğu ve sınır kontrolünde sorunlar yaşadıkları ifade edilmektedir.

Facebook grubunda Ibrahim Şekeroglu üye tarafından yapılan paylaşımda "Sar Bizi Dağlar" başlığı kullanılmıştır. Fotoğrafların da kullanıldığı paylaşımda doğaya yönelik kelimeler kullanılmıştır.

Ali Süer isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda "Evet sonunda geldi. Teşekkürler Burhan Ozkoşar, Teşekkürler DATUB" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Türkiye vatandaşlığını elde etmiş kişi bunu sosyal medya aracılığı ile herkesle bölüşmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 21 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Gürcistan'la alışveriş konusuna dokunulmuştur. Yapılan paylaşımda "Gürcistan'dan Nasıl Araba Alınır" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 21 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Gürcistan'la alışveriş konusuna dokunulmuştur. Yapılan paylaşımda "Gürcistan'dan Nasıl Araba Alınır" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 21 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Iskender Mekhriev tarafından yapılan paylaşımda iş arama ilanı yayınlanmıştır. Inşaat mühendisi olduğunu ifade eden paylaşımcı grup üyelerinden kendisine iş bulmada yardımcı olmalarını istemiştir. Bu paylaşımla kişi kendi sorununu dile getirmiştir.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

21 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda sayfa yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB Gençlik Kollarının Kırgızistan'da yaptığı program yer almaktadır. DATUB Gençlik Kolları facebook sayfasından alınan haberde "DATUB Gençlik Kolları Kırgızistan Türkiye Manas Universitesi ortak programını gerçekleştirdik" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 21 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Iskender Mekhriev tarafından yapılan paylaşımda iş arama ilanı yayınlanmıştır. Inşaat mühendisi olduğunu ifade eden paylaşımcı grup üyelerinden kendisine iş bulmada yardımcı olmalarını istemiştir. Bu paylaşımla kişi kendi sorununu dile getirmiştir.

Halil Aslan isimli grup üyesi tarafından 21 Şubat 2019 tarihinde grupta yapılan paylaşımda "Kocaeli Ahıskalılar Kültür ve Dayanışma Demeği" Sayfasından alınan habere yer verilmiştir. Ahıska sürgün hatıra fotoğrafının yer aldığı paylaşımda demeğin Göç Mültecilik Komisyonu ile birlikte fotoğraf sergisinin düzenleneceği belirtilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Ali Süer isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda "Evet sonunda geldi. Teşekkürler Burhan Ozkoşar, Teşekkürler DATUB" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda Türkiye vatandaşlığını elde etmiş kişi bunu sosyal medya aracılığı ile herkesle bölüşmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 21 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Iskender Mekhriev tarafından yapılan paylaşımda iş arama ilanı yayınlanmıştır. Inşaat mühendisi olduğunu ifade eden paylaşımcı grup üyelerinden kendisine iş bulmada yardımcı olmalarını istemiştir. Bu paylaşımla kişi kendi sorununu dile getirmiştir.

21 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından grupta yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanı başdanışmanı Yalçın Topçu Ahıskalıların gururu olarak gösterilmiştir. Yapılan paylaşımda "Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Ahıskalı Başdanışmanı!" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

21 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından grupta yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanı başdanışmanı Yalçın Topçu Ahıskalıların gururu olarak gösterilmiştir. Yapılan paylaşımda "Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Ahıskalı Başdanışmanı!" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Halil Aslan isimli grup üyesi tarafından 21 Şubat 2019 tarihinde grupta yapılan paylaşımda "Kocaeli Ahıskalılar Kültür ve Dayanışma Demeği" Sayfasından alınan habere yer verilmiştir. Ahıska sürgün hatıra fotoğrafının yer aldığı paylaşımda demeğin Göç Mültecilik Komisyonu ile birlikte fotoğraf sergisinin düzenleneceği belirtilmiştir.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 21 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda eski canlı yayın yer almaktadır. Paylaşımda havalimanlarında Ahıskalı Türklerin yabancı kişiler gibi muameleye tabi tutulduğu ve sınır kontrolünde sorunlar yaşadıkları ifade edilmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 21 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Iskender Mekhriev tarafından yapılan paylaşımda iş arama ilanı yayınlanmıştır. Inşaat mühendisi olduğunu ifade eden paylaşımcı grup üyelerinden kendisine iş bulmada yardımcı olmalarını istemiştir. Bu paylaşımla kişi kendi sorununu dile getirmiştir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 21 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda eski canlı yayın yer almaktadır. Paylaşımda havalimanlarında Ahıskalı Türklerin yabancı kişiler gibi muameleye tabi tutulduğu ve sınır kontrolünde sorunlar yaşadıkları ifade edilmektedir.

Halil Aslan isimli grup üyesi tarafından 21 Şubat 2019 tarihinde grupta yapılan paylaşımda "Kocaeli Ahıskalılar Kültür ve Dayanışma Demeği" Sayfasından alınan habere yer verilmiştir. Ahıska sürgün hatıra fotoğrafının yer aldığı paylaşımda demeğin Göç Mültecilik Komisyonu ile birlikte fotoğraf sergisinin düzenleneceği belirtilmiştir.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımlarını yapılması:

21 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda sayfa yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB Gençlik Kollarının Kırgızistan'da yaptığı program yer almaktadır. DATUB Gençlik Kolları facebook sayfasından alınan haberde "DATUB Gençlik Kolları Kırgızistan Türkiye Manas Universitesi ortak programını gerçekleştirdik" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 21 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Gürcistan'la alışveriş konusuna dokunulmuştur. Yapılan paylaşımda "Gürcistan'dan Nasıl Araba Alınır" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 21 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda eski canlı yayın yer almaktadır. Paylaşımda havalimanlarında Ahıskalı Türklerin yabancı kişiler gibi muameleye tabi tutulduğu ve sınır kontrolünde sorunlar yaşadıkları ifade edilmektedir.

Facebook grubunda Ibrahim Şekeroglu üye tarafından yapılan paylaşımda "Sar Bizi Dağlar" başlığı kullanılmıştır. Fotoğrafların da kullanıldığı paylaşımda doğaya yönelik kelimeler kullanılmıştır.

Halil Aslan isimli grup üyesi tarafından 21 Şubat 2019 tarihinde grupta yapılan paylaşımda "Kocaeli Ahıskalılar Kültür ve Dayanışma Demeği" Sayfasından alınan habere yer verilmiştir. Ahıska sürgün hatıra fotoğrafının yer aldığı paylaşımda demeğin Göç Mültecilik Komisyonu ile birlikte fotoğraf sergisinin düzenleneceği belirtilmiştir.

21 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından grupta yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanı başdanışmanı Yalçın Topçu Ahıskalıların gururu olarak gösterilmiştir. Yapılan paylaşımda "Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Ahıskalı Başdanışmanı!" başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	21 Şubat 2019	0 paylaşım	14 Paylaşım	5 Paylaşım	4 Paylaşım	0 Paylaşım	6 Paylaşım
Genel Toplam:	29 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 21 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmıştır. Bunun dışında haberleşme aracı olarak sunum ve milli aidiyetin sunumu ile ilgili başlıklar ise sırası ile en çok yapılan paylaşımlardır. 21 Şubat tarihinde grupta toplamda 29 paylaşım yapılmıştır.

22 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Ismail Ahıskalı tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Davası isimli yeni filmin yakında izleyicilere sunulacağı belirtilmiştir. Bu paylaşımla grup üyesi diğer kişilere yaptığı çalışmayı sunmak istemiş veya yapılan çalışmalarla daha çok hayranlık uyandırmak istemiştir.

Orhan Art Studyo isimli grup üyesi tarafından 22 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri facebook grubunda yapılan paylaşımda canlı yayına yer verilmiştir. Ahıskalı Türklerin özel gününden yapılan çekimde Ahıska TV'nin reklamı yapılmıştır. Paylaşımda "Ahıska Türklerinin yükselen sesi" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 22 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Gençlik Kolları'nın Kırgızistan'da yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir. Grup yöneticisinin yaptığı paylaşımda fotoğraflar kullanılmış ve yerel radyoya verilen mülakat diğer grup üyelerine sunulmuştur.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Grupta 22 Şubat 2019 tarihinde sayfa üyesi Kamil Umarov tarafından yapılan paylaşımda Antalya bölgesinde istisnai vatandaşlıkla ilgili beşinci listenin açıklanma zamanı araştırılmıştır. Yapılan paylaşımda "Beşinci liste Antalya'da ne zaman çıkacak" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

22 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'ın devlet kurumunda yer alan bir bildiri yayınlanmıştır. Karabağ'la ilgili yapılan paylaşımda Hocalı Katliamı ile ilgili olarak Avrupa'nın farklı ülkelerinde miting yapılacağı ifade edilmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB başkanı ile yapılan röportaj yer almaktadır. Paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin Avrupa Konseyi'nde yürüttüğü çalışmalara yer verilmiştir.

maruz kalan Ahıskalı ailelerden halen haber alınamadığı belirtilmektedir. Fergana faciasından göç ederek Azerbaycan'a gelen ve burada ikinci faciayı yaşayan Ahıskalıların dramına yer verilmiştir. Yapılan paylaşımda Azerice "Erməni vəhşiliyinin qurbanı olan Axısxalı Türklərdən hələ də bir xəbər yoxdur!" başlığı kullanılmıştır.

Grupta yine Hocalı Katliamı ile ilgili Ahıskanın Sesi sayfasında yer alan köşe yazısı 22 Şubat 2019 tarihinde grubun yöneticisi tarafından paylaşılmıştır. Bu kez yapılan paylaşım Türkiye Türkçesinde yapılmıştır ve paylaşımda Ermenilerin Hocalı'da Ahıskalı Türkleri de katlettiğine dikkat çekilmiştir. Paylaşımda "1992 yılının 25 şubatını 26'na bağlayan gece #HOCALIda kan su yerine akıyordu" başlığı kullanılmıştır.

22 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'ın devlet kurumunda yer alan bir bildiri yayınlanmıştır. Karabağ'la ilgili yapılan paylaşımda Hocalı Katliamı ile ilgili olarak Avrupa'nın farklı ülkelerinde miting yapılacağı ifade edilmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde sayfa üyesi Ibrahim Şekeroğlu tarafından yapılan paylaşımda Ardahan'ın Kurtuluşu ile ilgili olarak fotoğraf sergilenmiştir. Fotoğrafta Ardahan'ın düşman işgalinden 98 yıl geçtiği şiirde ifade edilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB başkanı ile yapılan röportaj yer almaktadır. Paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin Avrupa Konseyi'nde yürüttüğü çalışmalara yer verilmiştir.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Orhan Art Studyo isimli grup üyesi tarafından 22 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri facebook grubunda yapılan paylaşımda canlı yayına yer verilmiştir. Ahıskalı Türklerin özel gününden yapılan çekimde Ahıska TV'nin reklamı yapılmıştır. Paylaşımda "Ahıska Türklerinin yükselen sesi" başlığı kullanılmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Orhan Art Studyo isimli grup üyesi tarafından 22 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri facebook grubunda yapılan paylaşımda canlı yayına yer verilmiştir. Ahıskalı Türklerin özel gününden yapılan çekimde Ahıska TV'nin reklamı yapılmıştır. Paylaşımda "Ahıska Türklerinin yükselen sesi" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 22 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Gençlik Kolları'nın Kırgızistan'da yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir. Grup yöneticisinin yaptığı paylaşımda fotoğraflar kullanılmış ve yerel radyoya verilen mülakat diğer grup üyelerine sunulmuştur.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde sayfa üyesi Ibrahim Şekeroğlu tarafından yapılan paylaşımda Ardahan'ın Kurtuluşu ile ilgili olarak fotoğraf sergilenmiştir. Fotoğrafta Ardahan'ın düşman işgalinden 98 yıl geçtiği şiirde ifade edilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB başkanı ile yapılan röportaj yer almaktadır. Paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin Avrupa Konseyi'nde yürüttüğü çalışmalara yer verilmiştir.

Selamet Selamet isimli grup üyesi tarafından 22 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Bununla birlikte paylaşımın üzerinde "Tüm kanser hastalığına yakalanan insanlarımıza Allah şifasını versin" başlığı kullanılmıştır. Şarkıya tüm kanser hastalarına moral verilmeye çalışılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	22 Şubat 2019	0 paylaşım	13 Paylaşım	5 Paylaşım	8 Paylaşım	1 Paylaşım	5 Paylaşım
Genel Toplam:	32 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 22 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yukarıdaki başlıklarla ilgili olarak 32 paylaşım yapılmıştır. Paylaşımlar içerisinde en çok Sosyal açının sunumu ve politik bakış açısının sunumu başlıklarına yer verilmiştir. Dini bakışın sunumu ile ilgili ise hiçbir habere rastlanmamıştır.

23 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 23 Şubat 2019 tarihinde Ibrahim Şekeroğlu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda canlı yayın yer almaktadır. Canlı yayında Ardahan'ın düşman işgalinden kurtuluşu ile ilgili Ozanın şiirleri seslendirilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 23 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Daha Bir Yanlışı Düzeltmiş Olduk" başlığı kullanılmıştır. Universiteye girişlerde yapılan hataların dile getirildiği paylaşımda fotoğraf yer almaktadır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde sayfa üyesi Ibrahim Şekeroğlu tarafından yapılan paylaşımda Ardahan'ın Kurtuluşu ile ilgili olarak fotoğraf sergilenmiştir. Fotoğrafta Ardahan'ın düşman işgalinden 98 yıl geçtiği şiirde ifade edilmiştir.

Ibrahim Şekeroğlu isimli grup üyesi tarafından 22 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yapılan paylaşımda "Ardahanlı vekiller yöneticiler her vatan Ardahan sever sessiz kalmasın" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımda Ardahan'ın gelişimi için bu ile havalimanının gerekli olduğu ifade edilmiştir ve Ardahanlı vekillerin bu çalışmaya destek vermesi istenilmiştir.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Ismail Ahıskalı tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Davası isimli yeni filmin yakında izleyicilere sunulacağı belirtilmiştir. Bu paylaşımla grup üyesi diğer kişilere yaptığı çalışmayı sunmak istemiş veya yapılan çalışmalarla daha çok hayranlık uyandırmak istemiştir.

Orhan Art Studyo isimli grup üyesi tarafından 22 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri facebook grubunda yapılan paylaşımda canlı yayına yer verilmiştir. Ahıskalı Türklerin özel gününden yapılan çekimde Ahıska TV'nin reklamı yapılmıştır. Paylaşımda "Ahıska Türklerinin yükselen sesi" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 22 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Gençlik Kolları'nın Kırgızistan'da yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir. Grup yöneticisinin yaptığı paylaşımda fotoğraflar kullanılmış ve yerel radyoya verilen mülakat diğer grup üyelerine sunulmuştur.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB başkanı ile yapılan röportaj yer almaktadır. Paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin Avrupa Konseyi'nde yürüttüğü çalışmalara yer verilmiştir.

Selamet Selamet isimli grup üyesi tarafından 22 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Bununla birlikte paylaşımın üzerinde "Tüm kanser hastalığına yakalanan insanlarımıza Allah şifasını versin" başlığı kullanılmıştır. Şarkıya tüm kanser hastalarına moral verilmeye çalışılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Ahıskanın Sesi Sayfasının moderatörlüğünde grupta yapılan paylaşımda Ermenilerin tarihte yaptığı cinayetlerden bahsedilmiştir. Hocalı katliamı zamanı Ermenilerin saldırısına maruz kalan Ahıskalı ailelerden halen haber alınamadığı belirtilmektedir. Fergana faciasından göç ederek Azerbaycan'a gelen ve burada ikinci faciayı yaşayan Ahıskalıların dramına yer verilmiştir. Yapılan paylaşımda Azerice "Erməni vəhşiliyinin qurbanı olan Axısxalı Türklərdən hələ də bir xəbər yoxdur!" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 22 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Gençlik Kolları'nın Kırgızistan'da yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir. Grup yöneticisinin yaptığı paylaşımda fotoğraflar kullanılmış ve yerel radyoya verilen mülakat diğer grup üyelerine sunulmuştur.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Ahıskanın Sesi Sayfasının moderatörlüğünde grupta yapılan paylaşımda Ermenilerin tarihte yaptığı cinayetlerden bahsedilmiştir. Hocalı katliamı zamanı Ermenilerin saldırısına maruz kalan Ahıskalı ailelerden halen haber alınamadığı belirtilmektedir. Fergana faciasından göç ederek Azerbaycan'a gelen ve burada ikinci faciayı yaşayan Ahıskalıların dramına yer verilmiştir. Yapılan paylaşımda Azerice "Erməni vəhşiliyinin qurbanı olan Axısxalı Türklərdən hələ də bir xəbər yoxdur!" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde sayfa üyesi Ibrahim Şekeroğlu tarafından yapılan paylaşımda Ardahan'ın Kurtuluşu ile ilgili olarak fotoğraf sergilenmiştir. Fotoğrafta Ardahan'ın düşman işgalinden 98 yıl geçtiği şiirde ifade edilmiştir.

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Ismail Ahıskalı tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Davası isimli yeni filmin yakında izleyicilere sunulacağı belirtilmiştir. Bu paylaşımla grup üyesi diğer kişilere yaptığı çalışmayı sunmak istemiş veya yapılan çalışmalarla daha çok hayranlık uyandırmak istemiştir.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Ahıskanın Sesi Sayfasının moderatörlüğünde grupta yapılan paylaşımda Ermenilerin tarihte yaptığı cinayetlerden bahsedilmiştir. Hocalı katliamı zamanı Ermenilerin saldırısına maruz kalan Ahıskalı ailelerden halen haber alınamadığı belirtilmektedir. Fergana faciasından göç ederek Azerbaycan'a gelen ve burada ikinci faciayı yaşayan Ahıskalıların dramına yer verilmiştir. Yapılan paylaşımda Azerice "Erməni vəhşiliyinin qurbanı olan Axısxalı Türklərdən hələ də bir xəbər yoxdur!" başlığı kullanılmıştır.

Grupta yine Hocalı Katliamı ile ilgili Ahıskanın Sesi sayfasında yer alan köşe yazısı 22 şubat 2019 tarihinde grubun yöneticisi tarafından paylaşılmıştır. Bu kez yapılan paylaşım Türkiye Türkçesinde yapılmıştır ve paylaşımda Ermenilerin Hocalı'da Ahıskalı Türkleri de katlettiğine dikkat çekilmiştir. Paylaşımda "1992 yılının 25 şubatını 26'na bağlayan gece #HOCALIda kan su yerine akıyordu" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 22 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB başkanı ile yapılan röportaj yer almaktadır. Paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin Avrupa Konseyi'nde yürüttüğü çalışmalara yer verilmiştir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Ahıskanın Sesi Sayfasının moderatörlüğünde grupta yapılan paylaşımda Ermenilerin tarihte yaptığı cinayetlerden bahsedilmiştir. Hocalı katliamı zamanı Ermenilerin saldırısına

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta, eğitim gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 23 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Daha Bir Yanlışı Düzeltmiş Olduk" başlığı kullanılmıştır. Universiteye girişlerde yapılan hataların dile getirildiği paylaşımda fotoğraf yer almaktadır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

23 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Paylaşımın altında Ardahan ve Posof'tan kültür gelenekleri yorumu yapılmıştır. Müzik eşliğinde yapılan paylaşımda Ahıska bölgesi olarak kabul edilen Ardahan ve Posof'la ilgili geleneklere yer verilmiştir.

23 Şubat tarihinde grup üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından yapılan bir diğer fotoğraf slaytının paylaşımında ise Posof'un köylerinden manzaralar yer almıştır. Bu paylaşımda da görsellerle birlikte müzik de yer almıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 23 Şubat 2019 tarihinde Ibrahim Şekeroğlu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda canlı yayın yer almaktadır. Canlı yayında Ardahan'ın düşman işgalinden kurtuluşu ile ilgili Ozanın şiirleri seslendirilmiştir.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 23 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Daha Bir Yanlışı Düzeltmiş Olduk" başlığı kullanılmıştır. Universiteye girişlerde yapılan hataların dile getirildiği paylaşımda fotoğraf yer almaktadır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

23 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Paylaşımın altında Ardahan ve Posof'tan kültür gelenekleri yorumu yapılmıştır. Müzik eşliğinde yapılan paylaşımda Ahıska bölgesi olarak kabul edilen Ardahan ve Posof'la ilgili geleneklere yer verilmiştir.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

23 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Paylaşımın altında Ardahan ve Posof'tan kültür gelenekleri yorumu yapılmıştır. Müzik eşliğinde yapılan paylaşımda Ahıska bölgesi olarak kabul edilen Ardahan ve Posof'la ilgili geleneklere yer verilmiştir.

23 Şubat tarihinde grup üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından yapılan bir diğer fotoğraf slaytının paylaşımında ise Posof'un köylerinden manzaralar yer almıştır. Bu paylaşımda da görsellerle birlikte müzik de yer almıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 23 Şubat 2019 tarihinde Ibrahim Şekeroğlu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda canlı yayın yer almaktadır. Canlı yayında Ardahan'ın düşman işgalinden kurtuluşu ile ilgili Ozanın şiirleri seslendirilmiştir.

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 23 Şubat 2019 tarihinde Ibrahim Şekeroğlu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda canlı yayın yer almaktadır. Canlı yayında Ardahan'ın düşman işgalinden kurtuluşu ile ilgili Ozanın şiirleri seslendirilmiştir.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

23 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Paylaşımın altında Ardahan ve Posof'tan kültür gelenekleri yorumu yapılmıştır. Müzik eşliğinde yapılan paylaşımda Ahıska bölgesi olarak kabul edilen Ardahan ve Posof'la ilgili geleneklere yer verilmiştir.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

23 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından yapılan paylaşımda video görsel kullanılmıştır. Paylaşımın altında Ardahan ve Posof'tan kültür gelenekleri yorumu yapılmıştır. Müzik eşliğinde yapılan paylaşımda Ahıska bölgesi olarak kabul edilen Ardahan ve Posof'la ilgili geleneklere yer verilmiştir.

23 Şubat tarihinde grup üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından yapılan bir diğer fotoğraf slaytının paylaşımında ise Posof'un köylerinden manzaralar yer almıştır. Bu paylaşımda da görsellerle birlikte müzik de yer almıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 23 Şubat 2019 tarihinde Ibrahim Şekeroglu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda canlı yayın yer almaktadır. Canlı yayında Ardahan'ın düşman işgalinden kurtuluşu ile ilgili Ozanın şiirleri seslendirilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 23 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Daha Bir Yanlışı Düzeltmiş Olduk" başlığı kullanılmıştır. Üniversiteye girişlerde yapılan hataların dile getirildiği paylaşımda fotoğraf yer almaktadır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	23 Şubat 2019	0 paylaşım	7 Paylaşım	4 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım	4 Paylaşım
Genel Toplam:	17 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 23 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmıştır. Milli ve Aidiyetin Sunumu ve Haberleşme aracı olarak sunum başlıklarının her ikisinde 4 kez paylaşım yapılmıştır. Dini bakışının sunumu ile ilgili başlıkta ise hiçbir paylaşıma rastlanmamıştır. Toplamda 23 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği faceboook sayfasında 17 paylaşım yapılmıştır.

24 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 24 Şubat 2019 tarihinde Murat Ahiskali isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda "Az laf, çok iş" yazılı tabela sergilenmiştir. Bu paylaşımda birilerine gizli mesaj gönderilmeye çalışılmış veya birileri susturulmaya çalışılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 24 Şubat 2019 tarihinde Murat Ahiskali isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda "Az laf, çok iş" yazılı tabela sergilenmiştir. Bu paylaşımda birilerine gizli mesaj gönderilmeye çalışılmış veya birileri susturulmaya çalışılmıştır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 24 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından yapılan paylaşımda Posoflu ozan Aşık Zülali'nin Ardahan'ın işgali ile ilgili yazdığı şiirleri seslendirilmiştir. DATUB grubunda yayınlanmasının nedeni bu il ve ilçenin Ahıska bölgesi olarak kabul edilmesidir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Halit Kara isimli grup üyesi tarafından 24 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin toplu şekilde yaşadıkları Bahçecik köyünden "hinkal" (mantı) sofrasından video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımla Ahıskalı Türklerin yemek kültürlerine değinilmiştir. Kültürün halen yaşatıldığına dikkat çekilmiştir. Görselle birlikte alt başlıkta kullanılan şiirde de Türklük ve geleneklerden bahsedilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Halit Kara isimli grup üyesi tarafından 24 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin toplu şekilde yaşadıkları Bahçecik köyünden "hinkal" (mantı) sofrasından video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımla Ahıskalı Türklerin yemek kültürlerine değinilmiştir. Kültürün halen yaşatıldığına dikkat çekilmiştir. Görselle birlikte alt başlıkta kullanılan şiirde de Türklük ve geleneklerden bahsedilmiştir.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Halit Kara isimli grup üyesi tarafından 24 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin toplu şekilde yaşadıkları Bahçecik köyünden "hinkal" (mantı) sofrasından video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımla Ahıskalı Türklerin yemek kültürlerine değinilmiştir. Kültürün halen yaşatıldığına dikkat çekilmiştir. Görselle birlikte alt başlıkta kullanılan şiirde de Türklük ve geleneklerden bahsedilmiştir.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/katılmak/bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Halit Kara isimli grup üyesi tarafından 24 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin toplu şekilde yaşadıkları Bahçecik köyünden "hinkal" (mantı) sofrasından video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımla Ahıskalı Türklerin yemek kültürlerine değinilmiştir. Kültürün halen yaşatıldığına dikkat çekilmiştir. Görselle birlikte alt başlıkta kullanılan şiirde de Türklük ve geleneklerden bahsedilmiştir.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Halit Kara isimli grup üyesi tarafından 24 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin toplu şekilde yaşadıkları Bahçecik köyünden "hinkal" (mantı) sofrasından video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımla Ahıskalı Türklerin yemek kültürlerine değinilmiştir. Kültürün halen yaşatıldığına dikkat çekilmiştir. Görselle birlikte alt başlıkta kullanılan şiirde de Türklük ve geleneklerden bahsedilmiştir.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 24 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından yapılan paylaşımda Posoflu ozan Aşık Zülali'nin Ardahan'ın işgali ile ilgili yazdığı şiirleri seslendirilmiştir. DATUB grubunda yayınlanmasının nedeni bu il ve ilçenin Ahıska bölgesi olarak kabul edilmesidir.

Halit Kara isimli grup üyesi tarafından 24 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin toplu şekilde yaşadıkları Bahçecik köyünden "hinkal" (mantı) sofrasından video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımla Ahıskalı Türklerin yemek kültürlerine değinilmiştir. Kültürün halen yaşatıldığına dikkat çekilmiştir. Görselle birlikte alt başlıkta kullanılan şiirde de Türklük ve geleneklerden bahsedilmiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	24 Şubat 2019	0 paylaşım	4 Paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	2 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	10 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 24 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmıştır. Grupta en az paylaşımların yapıldığı gün olan 24 Şubatta milli ve aidiyetin sunumu, kültürel bakış açısının sunumu ve haberleşme aracı olarak sunum başlıklarının her birinde 2 kez paylaşım yapılmıştır. Dini ve politik bakış açılarının sunum başlıklarında ise hiçbir habere rastlanmamıştır. Toplamda 24 Şubat tarihinde 10 paylaşım yapılmıştır.

25 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Grupta 25 Şubatta yapılan bir diğer paylaşımda ise Ahıskalı Türklerle ilgili gerçekleştirilen toplantıda medya konusu ile ilgili eleştirel yaklaşım olduğunu ve buna cevap verildiği ifade edilmektedir.

Sayfa yöneticisi tarafından 25 Şubatta yapılan bir diğer paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği hakkında yapılan konuşmalara yer verilmiştir. Yapılan paylaşımda "DATUB artık Avrupa Konseyi'nde saygıyla karşılanan bir üye kuruluştur" başlığı kullanılmıştır.

Grupta 25 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB başkanının ifadeleri yer almaktadır. Konuşmadan bir kesitin de yerleştirildiği paylaşımda Ahıskalılar için çıkılan yolda başarılı olunacağı ifade edilmektedir. Paylaşımda "Milletimizin haklı davasında başarılı olacağız" başlığı kullanılmıştır.

Grupta 25 Şubat 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği başkanının fotoğrafı yer almaktadır. Yapılan paylaşımda başkanın konuşmasından bir cümle çıkarılarak "Hocalı Soykırımını unutmamalıyız ve bunu en üst uluslararası platformlara taşımalıyız" başlığı ile içeriğe yerleştirilmiştir.

25 Şubat tarihinde "Ahıskanın Sesi" facebook sayfasından alınarak Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda "En kısa süre içerisinde Gürcistan devlet yetkilileriyle görüşerek sorunlarımızın çözümü hususunda yeni yol haritası belirleyeceğiz" başlığı kullanılmıştır. DATUB başkanının fotoğrafının yer aldığı paylaşımda Ahıska ile ilgili olarak Gürcistan yetkilileri ile görüşmelerin geliştirileceği kaydedilmiştir.

"Ahiska Turk" isimli grup üyesi tarafından 25 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda vatandaşlığın elde edilmesine dair fotoğraf paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "Çok Şükür Allaha Rabbim Olmayanlara da Nasip Etsin Inşallah" başlığı kullanılmış, yorumlarda ise vatandaşlık başvurusunun ne kadar sürede sonuçlandığına dair bilgilere yer verilmiştir.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Grupta 25 Şubatta yapılan bir diğer paylaşımda ise Ahıskalı Türklerle ilgili gerçekleştirilen toplantıda medya konusu ile ilgili eleştirel yaklaşım olduğunu ve buna cevap verildiği ifade edilmektedir.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Bursa'da fidancılıkla ilgili çalışanın bulunmadığı belirtilmiştir. Bu paylaşımda Ahıskalıların toplu şekilde yaşadıkları Bursa'da işle ilgili sosyal sorunlara değinilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Ali Süer tarafından yapılan paylaşımda "Evet mutlu son" başlığı kullanılmıştır. Grup üyesi yaptığı paylaşımda Nüfus Müdürlüğü'nden gelen kimlik belgesini diğer üyelerle paylaşmıştır.

"Ahiska Turk" isimli grup üyesi tarafından 25 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda vatandaşlığın elde edilmesine dair fotoğraf paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "Çok Şükür Allaha Rabbim Olmayanlara da Nasip Etsin Inşallah" başlığı kullanılmış, yorumlarda ise vatandaşlık başvurusunun ne kadar sürede sonuçlandığına dair bilgilere yer verilmiştir.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Grupta 25 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB başkanının ifadeleri yer almaktadır. Konuşmadan bir kesitin de yerleştirildiği paylaşımda Ahıskalılar için çıkılan yolda başarılı olunacağı ifade edilmektedir. Paylaşımda "Milletimizin haklı davasında başarılı olacağız" başlığı kullanılmıştır.

Grupta 25 Şubat tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda Hocalı katliamı gecesi kaybolan Ahıskalı bir gencin fotoğrafı sergilenmiştir. "#Sharef or Khojaly #Hocalı için Paylaş" hashtagı ile paylaşılan fotoda Ahıskalı genç hakkında detaylı bilgi verilmiştir.

Vatanım Ahıska facebook sayfasından alınarak Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda paylaşılan haberde Ahıska'da bir köyde sahipsiz kalan caminin fotoğrafı sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda "Uravel köyün, Sahipsiz Caminin son hali" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Ali Süer tarafından yapılan paylaşımda "Evet mutlu son" başlığı kullanılmıştır. Grup üyesi yaptığı paylaşımda Nüfus Müdürlüğü'nden gelen kimlik belgesini diğer üyelerle paylaşmıştır.

25 Şubat tarihinde "Ahıskanın Sesi" facebook sayfasından alınarak Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda "En kısa süre içerisinde Gürcistan devlet yetkilileriyle görüşerek sorunlarımızın çözümü hususunda yeni yol haritası belirleyeceğiz" başlığı kullanılmıştır. DATUB başkanının fotoğrafının yer aldığı paylaşımda Ahıska ile ilgili olarak Gürcistan yetkilileri ile görüşmelerin geliştirileceği kaydedilmiştir.

"Ahiska Turk" isimli grup üyesi tarafından 25 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda vatandaşlığın elde edilmesine dair fotoğraf paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "Çok Şükür Allaha Rabbim Olmayanlara da Nasip Etsin Inşallah" başlığı kullanılmış, yorumlarda ise vatandaşlık başvurusunun ne kadar sürede sonuçlandığına dair bilgilere yer verilmiştir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda "DATUB Temsilcileri Istişare Toplantısı Istanbul'da Yapıldı" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda toplantıda yapılan konuşmalar hakkında detaylı bilgi verilmiş, DATUB'un faaliyetleri ile ilgili konuşmaların yapıldığına yer verilmiştir.

Sayfa yöneticisi tarafından 25 Şubatta yapılan bir diğer paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği hakkında yapılan konuşmalara yer verilmiştir. Yapılan paylaşımda "DATUB artık Avrupa Konseyi'nde saygıyla karşılanan bir üye kuruluştur" başlığı kullanılmıştır.

Grup moderatörü tarafında 25 Şubat 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise DATUB genel başkanın ziyaretlerine yer verilmiştir. Paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyadin Kassanov Erzincan Belediye Başkanı Cemalettin Başsoy'u makamında ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla yapılan çalışmalar hakkında kamuoyuna bilgi verilmeye çalışılmıştır.

25 Şubat tarihinde "Ahıskanın Sesi" facebook sayfasından alınarak Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda "En kısa süre içerisinde Gürcistan devlet yetkilileriyle görüşerek sorunlarımızın çözümü hususunda yeni yol haritası belirleyeceğiz" başlığı kullanılmıştır. DATUB başkanının fotoğrafının yer aldığı paylaşımda Ahıska ile ilgili olarak Gürcistan yetkilileri ile görüşmelerin geliştirileceği kaydedilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Grup yöneticisi tarafından 25 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Vatanım Ahıska" facebook sayfasından alınan Ahıska Kalesi manzarası fotoğrafı yer almaktadır. Hem sayfanın ismi hem de kale manzarası altında yapılan yorumlar Ahıska'nın tarihi Türk toprağı olduğundan bahsetmektedir.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Hocalı katliamı ile ilgili fotoğraf sergilenmiştir. Azerbaycan Türkü milletvekilinin konuşması ve elinde Azerbaycan bayrağı ile oturan çocuğun resminin yer aldığı fotoğrafta katliamın 27.yılı anıldığı ifade edilmektedir.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

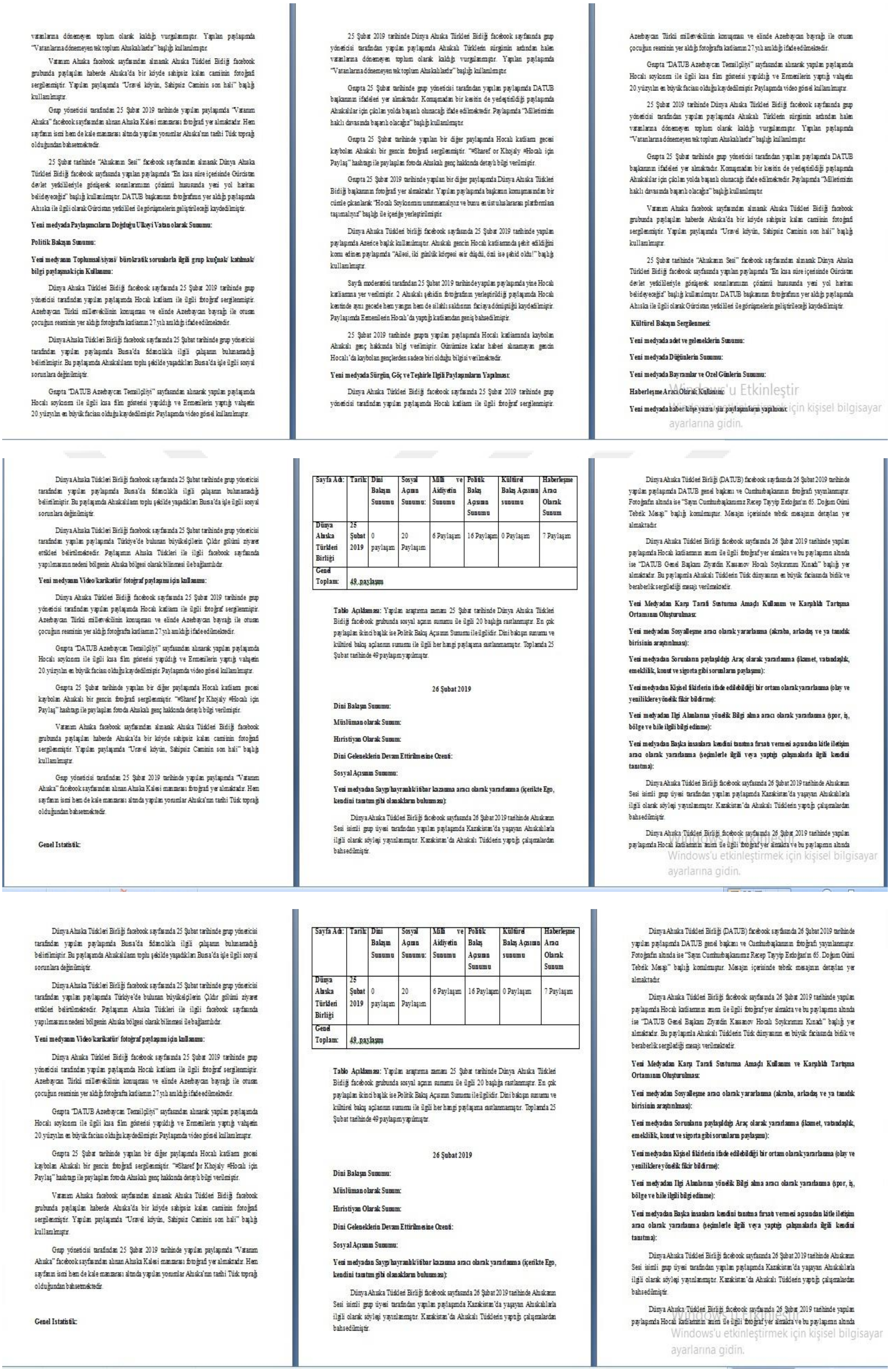
Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

25 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin sürgünün ardından halen



vatanlarına dönemeyen toplum olarak kaldığı vurgulanmıştır. Yapılan paylaşımda "Vatanlarına dönemeyen tek toplum Ahıskalılardır" başlığı kullanılmıştır.

Vatanım Ahıska facebook sayfasından alınarak Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda paylaşılan haberde Ahıska'da bir köyde sahipsiz kalan caminin fotoğrafı sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda "Uravel köyün, Sahipsiz Caminin son hali" başlığı kullanılmıştır.

Grup yöneticisi tarafından 25 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Vatanım Ahıska" facebook sayfasından alınan Ahıska Kalesi manzarası fotoğrafı yer almaktadır. Hem sayfanın ismi hem de kale manzarası altında yapılan yorumlar Ahıska'nın tarihi Türk toprağı olduğundan bahsetmektedir.

25 Şubat tarihinde "Ahıskanın Sesi" facebook sayfasından alınarak Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda "En kısa süre içerisinde Gürcistan devlet yetkilileriyle görüşerek sorunlarımızın çözümü hususunda yeni yol haritası belirleyeceğiz" başlığı kullanılmıştır. DATUB başkanının fotoğrafının yer aldığı paylaşımda Ahıska ile ilgili olarak Gürcistan yetkilileri ile görüşmelerin geliştirileceği kaydedilmiştir.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Hocalı katliamı ile ilgili fotoğraf sergilenmiştir. Azerbaycan Türkü milletvekilinin konuşması ve elinde Azerbaycan bayrağı ile oturan çocuğun resminin yer aldığı fotoğrafta katliamın 27.yılı anıldığı ifade edilmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Bursa'da fidancılıkla ilgili çalışanın bulunmadığı belirtilmiştir. Bu paylaşımda Ahıskalıların toplu şekilde yaşadıkları Bursa'da işle ilgili sosyal sorunlara değinilmiştir.

Grupta "DATUB Azerbaycan Temsilçiliyi" sayfasından alınarak yapılan paylaşımda Hocalı soykırımı ile ilgili kısa film gösterisi yapıldığı ve Ermenilerin yaptığı vahşetin 20.yüzyılın en büyük faciası olduğu kaydedilmiştir. Paylaşımda video görsel kullanılmıştır.

25 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin sürgünün ardından halen vatanlarına dönemeyen toplum olarak kaldığı vurgulanmıştır. Yapılan paylaşımda "Vatanlarına dönemeyen tek toplum Ahıskalılardır" başlığı kullanılmıştır.

Grupta 25 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB başkanının ifadeleri yer almaktadır. Konuşmadan bir kesitin de yerleştirildiği paylaşımda Ahıskalılar için çıkılan yolda başarılı olunacağı ifade edilmektedir. Paylaşımda "Milletimizin haklı davasında başarılı olacağız" başlığı kullanılmıştır.

Grupta 25 Şubat tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda Hocalı katliamı gecesi kaybolan Ahıskalı bir gencin fotoğrafı sergilenmiştir. "#Sharef or Khojaly #Hocalı için Paylaş" hashtagı ile paylaşılan fotoda Ahıskalı genç hakkında detaylı bilgi verilmiştir.

Grupta 25 Şubat 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği başkanının fotoğrafı yer almaktadır. Yapılan paylaşımda başkanın konuşmasından bir cümle çıkarılarak "Hocalı Soykırımını unutmamalıyız ve bunu en üst uluslararası platformlara taşımalıyız" başlığı ile içeriğe yerleştirilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri birliği facebook sayfasında 25 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Azerice başlık kullanılmıştır. Ahıskalı gencin Hocalı katliamında şehit edildiğini konu edinen paylaşımda "Ailesi, iki günlük körpesi esir düşdü, özü ise şehid oldu!" başlığı kullanılmıştır.

Sayfa moderatörü tarafından 25 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda yine Hocalı katliamına yer verilmiştir. 2 Ahıskalı şehidin fotoğrafının yerleştirildiği paylaşımda Hocalı kentinde aynı gecede hem yangın hem de silahlı saldırının faciaya dönüştüğü kaydedilmiştir. Paylaşımda Ermenilerin Hocalı'da yaptığı katliamdan geniş bahsedilmiştir.

25 Şubat 2019 tarihinde grupta yapılan paylaşımda Hocalı katliamında kaybolan Ahıskalı genç hakkında bilgi verilmiştir. Günümüze kadar haberi alınamayan gencin Hocalı'da kaybolan gençlerden sadece biri olduğu bilgisi verilmektedir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle İlgili Paylaşımların Yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Hocalı katliamı ile ilgili fotoğraf sergilenmiştir.

Azerbaycan Türkü milletvekilinin konuşması ve elinde Azerbaycan bayrağı ile oturan çocuğun resminin yer aldığı fotoğrafta katliamın 27.yılı anıldığı ifade edilmektedir.

Grupta "DATUB Azerbaycan Temsilçiliyi" sayfasından alınarak yapılan paylaşımda Hocalı soykırımı ile ilgili kısa film gösterisi yapıldığı ve Ermenilerin yaptığı vahşetin 20.yüzyılın en büyük faciası olduğu kaydedilmiştir. Paylaşımda video görsel kullanılmıştır.

25 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin sürgünün ardından halen vatanlarına dönemeyen toplum olarak kaldığı vurgulanmıştır. Yapılan paylaşımda "Vatanlarına dönemeyen tek toplum Ahıskalılardır" başlığı kullanılmıştır.

Grupta 25 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB başkanının ifadeleri yer almaktadır. Konuşmadan bir kesitin de yerleştirildiği paylaşımda Ahıskalılar için çıkılan yolda başarılı olunacağı ifade edilmektedir. Paylaşımda "Milletimizin haklı davasında başarılı olacağız" başlığı kullanılmıştır.

Vatanım Ahıska facebook sayfasından alınarak Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda paylaşılan haberde Ahıska'da bir köyde sahipsiz kalan caminin fotoğrafı sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda "Uravel köyün, Sahipsiz Caminin son hali" başlığı kullanılmıştır.

25 Şubat tarihinde "Ahıskanın Sesi" facebook sayfasından alınarak Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda "En kısa süre içerisinde Gürcistan devlet yetkilileriyle görüşerek sorunlarımızın çözümü hususunda yeni yol haritası belirleyeceğiz" başlığı kullanılmıştır. DATUB başkanının fotoğrafının yer aldığı paylaşımda Ahıska ile ilgili olarak Gürcistan yetkilileri ile görüşmelerin geliştirileceği kaydedilmiştir.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanımı:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımlarının yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Bursa'da fidancılıkla ilgili çalışanın bulunmadığı belirtilmiştir. Bu paylaşımda Ahıskalıların toplu şekilde yaşadıkları Bursa'da işle ilgili sosyal sorunlara değinilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Türkiye'de bulunan büyükelçilerin Çıldır gölünü ziyaret ettikleri belirtilmektedir. Paylaşımın Ahıska Türkleri ile ilgili facebook sayfasında yapılmasının nedeni bölgenin Ahıska bölgesi olarak bilinmesi ile bağlantılıdır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Hocalı katliamı ile ilgili fotoğraf sergilenmiştir. Azerbaycan Türkü milletvekilinin konuşması ve elinde Azerbaycan bayrağı ile oturan çocuğun resminin yer aldığı fotoğrafta katliamın 27.yılı anıldığı ifade edilmektedir.

Grupta "DATUB Azerbaycan Temsilçiliyi" sayfasından alınarak yapılan paylaşımda Hocalı soykırımı ile ilgili kısa film gösterisi yapıldığı ve Ermenilerin yaptığı vahşetin 20.yüzyılın en büyük faciası olduğu kaydedilmiştir. Paylaşımda video görsel kullanılmıştır.

Grupta 25 Şubat tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda Hocalı katliamı gecesi kaybolan Ahıskalı bir gencin fotoğrafı sergilenmiştir. "#Sharef for Khojaly #Hocalı için Paylaş" hashtagı ile paylaşılan fotoda Ahıskalı genç hakkında detaylı bilgi verilmiştir.

Vatanım Ahıska facebook sayfasından alınarak Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda paylaşılan haberde Ahıska'da bir köyde sahipsiz kalan caminin fotoğrafı sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda "Uravel köyün, Sahipsiz Caminin son hali" başlığı kullanılmıştır.

Grup yöneticisi tarafından 25 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Vatanım Ahıska" facebook sayfasından alınan Ahıska Kalesi manzarası fotoğrafı yer almaktadır. Hem sayfanın ismi hem de kale manzarası altında yapılan yorumlar Ahıska'nın tarihi Türk toprağı olduğundan bahsetmektedir.

Genel İstatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	25 Şubat 2019	0 paylaşım	20 Paylaşım	6 Paylaşım	16 Paylaşım	0 Paylaşım	7 Paylaşım
Genel Toplam:	49 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 25 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda sosyal açının sunumu ile ilgili 20 başlığa rastlanmıştır. En çok paylaşılan ikinci başlık ise Politik Bakış Açısının Sunumu ile ilgilidir. Dini bakışın sunumu ve kültürel bakış açılarının sunumu ile ilgili her hangi paylaşıma rastlanmamıştır. Toplamda 25 Şubat tarihinde 49 paylaşım yapılmıştır.

26 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 26 Şubat 2019 tarihinde Ahıskanın Sesi isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda Kazakistan'da yaşayan Ahıskalılarla ilgili olarak söyleşi yayınlanmıştır. Kazakistan'da Ahıskalı Türklerin yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği (DATUB) facebook sayfasında 26 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB genel başkanı ve Cumhurbaşkanının fotoğrafı yayınlanmıştır. Fotoğrafın altında ise "Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'ın 65. Doğum Günü Tebrik Mesajı" başlığı konulmuştur. Mesajın içerisinde tebrik mesajının detayları yer almaktadır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 26 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Hocalı katliamının anısı ile ilgili fotoğraf yer almakta ve bu paylaşımın altında ise "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov Hocalı Soykırımını Kınadı" başlığı yer almaktadır. Bu paylaşımla Ahıskalı Türklerin Türk dünyasının en büyük faciasında birlik ve beraberlik sergilediği mesajı verilmektedir.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 26 Şubat 2019 tarihinde Ahıskanın Sesi isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda Kazakistan'da yaşayan Ahıskalılarla ilgili olarak söyleşi yayınlanmıştır. Kazakistan'da Ahıskalı Türklerin yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 26 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Hocalı katliamının anısı ile ilgili fotoğraf yer almakta ve bu paylaşımın altında

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Bursa'da fidancılıkla ilgili çalışanın bulunmadığı belirtilmiştir. Bu paylaşımda Ahıskalıların toplu şekilde yaşadıkları Bursa'da işle ilgili sosyal sorunlara değinilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Türkiye'de bulunan büyükelçilerin Çıldır gölünü ziyaret ettikleri belirtilmektedir. Paylaşımın Ahıska Türkleri ile ilgili facebook sayfasında yapılmasının nedeni bölgenin Ahıska bölgesi olarak bilinmesi ile bağlantılıdır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 25 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Hocalı katliamı ile ilgili fotoğraf sergilenmiştir. Azerbaycan Türkü milletvekilinin konuşması ve elinde Azerbaycan bayrağı ile oturan çocuğun resminin yer aldığı fotoğrafta katliamın 27.yılı anıldığı ifade edilmektedir.

Grupta "DATUB Azerbaycan Temsilçiliyi" sayfasından alınarak yapılan paylaşımda Hocalı soykırımı ile ilgili kısa film gösterisi yapıldığı ve Ermenilerin yaptığı vahşetin 20.yüzyılın en büyük faciası olduğu kaydedilmiştir. Paylaşımda video görsel kullanılmıştır.

Grupta 25 Şubat tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda Hocalı katliamı gecesi kaybolan Ahıskalı bir gencin fotoğrafı sergilenmiştir. "#Sharef for Khojaly #Hocalı için Paylaş" hashtagı ile paylaşılan fotoda Ahıskalı genç hakkında detaylı bilgi verilmiştir.

Vatanım Ahıska facebook sayfasından alınarak Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda paylaşılan haberde Ahıska'da bir köyde sahipsiz kalan caminin fotoğrafı sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda "Uravel köyün, Sahipsiz Caminin son hali" başlığı kullanılmıştır.

Grup yöneticisi tarafından 25 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Vatanım Ahıska" facebook sayfasından alınan Ahıska Kalesi manzarası fotoğrafı yer almaktadır. Hem sayfanın ismi hem de kale manzarası altında yapılan yorumlar Ahıska'nın tarihi Türk toprağı olduğundan bahsetmektedir.

Genel İstatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	25 Şubat 2019	0 paylaşım	20 Paylaşım	6 Paylaşım	16 Paylaşım	0 Paylaşım	7 Paylaşım
Genel Toplam:	49 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 25 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda sosyal açının sunumu ile ilgili 20 başlığa rastlanmıştır. En çok paylaşılan ikinci başlık ise Politik Bakış Açısının Sunumu ile ilgilidir. Dini bakışın sunumu ve kültürel bakış açılarının sunumu ile ilgili her hangi paylaşıma rastlanmamıştır. Toplamda 25 Şubat tarihinde 49 paylaşım yapılmıştır.

26 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 26 Şubat 2019 tarihinde Ahıskanın Sesi isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda Kazakistan'da yaşayan Ahıskalılarla ilgili olarak söyleşi yayınlanmıştır. Kazakistan'da Ahıskalı Türklerin yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği (DATUB) facebook sayfasında 26 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB genel başkanı ve Cumhurbaşkanının fotoğrafı yayınlanmıştır. Fotoğrafın altında ise "Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'ın 65. Doğum Günü Tebrik Mesajı" başlığı konulmuştur. Mesajın içerisinde tebrik mesajının detayları yer almaktadır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 26 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Hocalı katliamının anısı ile ilgili fotoğraf yer almakta ve bu paylaşımın altında ise "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov Hocalı Soykırımını Kınadı" başlığı yer almaktadır. Bu paylaşımla Ahıskalı Türklerin Türk dünyasının en büyük faciasında birlik ve beraberlik sergilediği mesajı verilmektedir.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 26 Şubat 2019 tarihinde Ahıskanın Sesi isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda Kazakistan'da yaşayan Ahıskalılarla ilgili olarak söyleşi yayınlanmıştır. Kazakistan'da Ahıskalı Türklerin yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 26 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Hocalı katliamının anısı ile ilgili fotoğraf yer almakta ve bu paylaşımın altında

Windows'u Etkinleştir
Windows'u etkinleştirmek için kişisel bilgisayar ayarlarına gidin.

Temsilcilisi görevini icra ettiğinden gençlerin teşviki ile ilgili bir paylaşım olduğu düşünülebilir.

Ilimdar Maradze isimli grup üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Hocalı Soykırımını konu alan fotoğraf yayınlanmıştır. Fotoğraf paylaşımının altında "Tek suçları Türk olmaktı!" başlığı kullanılmıştır. Ahıskalı Türkler gibi Azerbaycan Türklerinin de Türk olduklarından dolayı her zaman katliam ve zorluklara maruz kaldığı belirtilmiştir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfası üyesi Yilmaz Çolak tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı okuyan gençlerin Ahıska'ya doğru yol aldığı belirtilmiştir. Yapılan paylaşımda Ahıska bölgesinde gençlerin yapacağı projeden bahsedilmiştir.

Grup yöneticisi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel başkanını Türkiye Cumhurbaşkanı ile görüşmesi haberine yer verilmiştir. "Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov ile Erzincan'da Bir Araya Geldi" başlığının kullanıldığı paylaşımda Ahıskalı Türklerin yaşadığı bölgelerdeki durumları ile ilgili Cumhurbaşkanına bilgi verildiği ifade edilmiştir.

Grup üyesi Paşabek Alihan tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Acınız Acımızdır" başlığı kullanılmıştır. Hocalı katliamının anımı ile ilgili bir grup insanın heykel önünde toparlandığının fotoğrafı yer aldığı paylaşımda katliamda Azerbaycan halkı Ahıskalı Türklerin dayanışma içerisinde bulunduğu ifade edilmiştir.

Ismail Ahıskalı isimli grup üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Ahıska Davası" isimli filmin çekimi ile ilgili bilgi paylaşılmıştır. Filmin logosunun yayınlandığı paylaşımda sürgün simgesi olarak tren fotoğrafı yer almaktadır.

Grup yöneticisi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "DATUB'ü Brüksel'de Posoflular temsil etti" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Brüksel'de Hocalı Soykırımı anma gününde Ahıskalıların da saf tuttuğu belirtilmiştir.

Grupta 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Türkiye Cumhurbaşkanı ve DATUB genel başkanı arasında gerçekleştirilen görüşten fotoğraf sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Cumhurbaşkanının her zaman yanında olduğu belirtilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Ilimdar Maradze isimli grup üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Hocalı Soykırımını konu alan fotoğraf yayınlanmıştır. Fotoğraf paylaşımının altında "Tek suçları Türk olmaktı!" başlığı kullanılmıştır. Ahıskalı Türkler gibi Azerbaycan Türklerinin de Türk olduklarından dolayı her zaman katliam ve zorluklara maruz kaldığı belirtilmiştir.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Ilimdar Maradze isimli grup üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Hocalı Soykırımını konu alan fotoğraf yayınlanmıştır. Fotoğraf paylaşımının altında "Tek suçları Türk olmaktı!" başlığı kullanılmıştır. Ahıskalı Türkler gibi Azerbaycan Türklerinin de Türk olduklarından dolayı her zaman katliam ve zorluklara maruz kaldığı belirtilmiştir.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfası üyesi Yilmaz Çolak tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı okuyan gençlerin Ahıska'ya doğru yol aldığı belirtilmiştir. Yapılan paylaşımda Ahıska bölgesinde gençlerin yapacağı projeden bahsedilmiştir.

Grup yöneticisi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yapılan paylaşımda Gürcistan Cumhurbaşkanı'nın Azerbaycan ziyareti haberi yayınlanmıştır. Ahıska'nın Gürcistan'da sınırları içerisinde bulunmasından dolayı Gürcistan Cumhurbaşkanın ziyaret haberi DATUB facebook grubunda yerleştirilmiştir. Yapılan paylaşımda "Gürcistan Cumhurbaşkanı Salome Zurabishvili Azerbaycan'da" başlığı kullanılmıştır.

27 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği sayfasında grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "Temlalali Cengiz ailesi ile birlikte DATUB Genel Merkezini ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır. Temlala Gürcistan'da sürgün öncesi Ahıskalıların yaşadıkları köylerden birinin ismidir ve köy isminin yayınlanmasının nedeni geçmişle ilişkinin yeniden canlandırılması olarak düşünülebilir.

Abubekir Kurshumov isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska'da çekilmiş fotoğraf yayınlanmıştır. Sergilenen fotoğraf Ahıska'da özel günde çekilen bir anı ölümsüzleştirmiştir. Paylaşımda eskiye yönelik özlem ve Ahıska'ya yönelik düşüncelerin yenilenmesi amaçlanmıştır.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Grup üyesi Paşabek Alihan tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Acınız Acımızdır" başlığı kullanılmıştır. Hocalı katliamının anımı ile ilgili bir grup insanın heykel önünde toparlandığının fotoğrafı yer aldığı paylaşımda katliamda Azerbaycan halkı Ahıskalı Türklerin dayanışma içerisinde bulunduğu ifade edilmiştir.

Ahiska Turk isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise vatandaşlık başvuru sonucunu bekleyen kişilerin süre aşımında yapması gerekenler video görselle izah edilmektedir.

Ilimdar Maradze isimli grup üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Hocalı Soykırımını konu alan fotoğraf yayınlanmıştır. Fotoğraf paylaşımının altında "Tek suçları Türk olmaktı!" başlığı kullanılmıştır. Ahıskalı Türkler gibi Azerbaycan Türklerinin de Türk olduklarından dolayı her zaman katliam ve zorluklara maruz kaldığı belirtilmiştir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Ismail Ahıskalı isimli grup üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Ahıska Davası" isimli filmin çekimi ile ilgili bilgi paylaşılmıştır. Filmin logosunun yayınlandığı paylaşımda sürgün simgesi olarak tren fotoğrafı yer almaktadır.

27 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği sayfasında grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "Temlalali Cengiz ailesi ile birlikte DATUB Genel Merkezini ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır. Temlala Gürcistan'da sürgün öncesi Ahıskalıların yaşadıkları köylerden birinin ismidir ve köy isminin yayınlanmasının nedeni geçmişle ilişkinin yeniden canlandırılması olarak düşünülebilir.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Grup yöneticisi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "DATUB'ü Brüksel'de Posoflular temsil etti" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Brüksel'de Hocalı Soykırımı anma gününde Ahıskalıların da saf tuttuğu belirtilmiştir.

Abubeğir Kurshumov isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska'da çekilmiş fotoğraf yayınlanmıştır. Sergilenen fotoğraf Ahıska'da özel günde çekilen bir anı ölümsüzleştirmiştir. Paylaşımda eskiye yönelik özlem ve Ahıska'ya yönelik düşüncelerin yenilenmesi amaçlanmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Grup yöneticisi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yapılan paylaşımda Gürcistan Cumhurbaşkanı'nın Azerbaycan ziyareti haberi yayınlanmıştır. Ahıska'nın Gürcistan'da sınırları içerisinde bulunmasından dolayı Gürcistan Cumhurbaşkanın ziyaret haberi DATUB facebook grubunda yerleştirilmiştir. Yapılan paylaşımda "Gürcistan Cumhurbaşkanı Salome Zurabishvili Azerbaycan'da" başlığı kullanılmıştır.

Grup yöneticisi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel başkanını Türkiye Cumhurbaşkanı ile görüşmesi haberine yer verilmiştir. "Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov ile Erzincan'da Bir Araya Geldi" başlığının kullanıldığı paylaşımda Ahıskalı Türklerin yaşadığı bölgelerdeki durumları ile ilgili Cumhurbaşkanına bilgi verildiği ifade edilmiştir.

27 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Avrupa Konseyi'nde çalışacak 5 gönüllü gencin seçimi ile ilgili ilan yayınlanmıştır. Grup yöneticisi Burhan Ozkoşar hem de DATUB Avrupa Temsilcilisi görevini icra ettiğinden gençlerin teşviki ile ilgili bir paylaşım olduğu düşünülebilir.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Grup üyesi Paşabek Alihan tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Acınız Acımızdır" başlığı kullanılmıştır. Hocalı katliamının anımı ile ilgili bir grup insanın heykel önünde toparlandığının fotoğrafı yer aldığı paylaşımda katliamda Azerbaycan halkı Ahıskalı Türklerin dayanışma içerisinde bulunduğu ifade edilmiştir.

Ahiska Turk isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise vatandaşlık başvuru sonucunu bekleyen kişilerin süre aşımında yapması gerekenler video görselle izah edilmektedir.

Ismail Ahıskalı isimli grup üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Ahıska Davası" isimli filmin çekimi ile ilgili bilgi paylaşılmıştır. Filmin logosunun yayınlandığı paylaşımda sürgün simgesi olarak tren fotoğrafı yer almaktadır.

27 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği sayfasında grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "Temlalali Cengiz ailesi ile birlikte DATUB Genel Merkezini ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır. Temlala Gürcistan'da sürgün öncesi Ahıskalıların yaşadıkları köylerden birinin ismidir ve köy isminin yayınlanmasının nedeni geçmişle ilişkinin yeniden canlandırılması olarak düşünülebilir.

Abubekir Kurshumov isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 27 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska'da çekilmiş fotoğraf yayınlanmıştır. Sergilenen fotoğraf Ahıska'da özel günde çekilen bir anı ölümsüzleştirmiştir. Paylaşımda eskiye yönelik özlem ve Ahıska'ya yönelik düşüncelerin yenilenmesi amaçlanmıştır.

Ahıskanın Sesi facebook grubunun Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yaptığı paylaşımda Türkiye Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın 65 yaş dolayısı ile yayınlandığı mesaj sergilenmiştir. Yapılan paylaşımın altında ise "Sizleri hiçbir zaman yalnız bırakmayacağım" başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	**27 Şubat 2019**	0 paylaşım	14 Paylaşım	6 Paylaşım	5 Paylaşım	2 Paylaşım	9 Paylaşım
Genel Toplam:	**36 paylaşım**						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 27 Şubat tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmış, bu başlık altında 14 paylaşılmıştır. Ikinci en çok yapılan paylaşım başlığı ise Haberleşme Aracı Olarak Sunum olmuştur. Dini Bakışın Sunumu başlığı altında ise hiçbir paylaşıma rastlanmamıştır. 27 Şubat tarihinde toplamda 36 paylaşım yapılmıştır.

28 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozeni:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

DATUB Türkiye Akdeniz Temsilciliği facebook sayfasından alınarak Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yayınlanan fotoğrafta Antalya'da DATUB'ün yaptığı çalışmalara değinilmiştir. Yapılan paylaşımda "Antalya'da Güreş ve Futbol etkinliklerimiz devam etmektedir" başlığı kullanılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Selamet Cevdet Ahiskali isimli Dünya Ahıska Türkleri facebook grubu üyesi tarafından 28 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Istişare toplantısında alınan kararlar milletimize hayırlı uğurlu olmasını diliyorum" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımda da DATUB toplantısının geleceğe yönelik çalışmalara yön vereceği ifade edilmektedir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Grup moderatörü tarafından 28 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Akdeniz Temsilciliği facebook sayfasından alınarak yayınlanan paylaşımda "Antalya'da Güreş ve Futbol etkinliklerimiz devam etmektedir" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Ahıskalı gençlerin sporda elde ettikleri başarılardan bahsedilmektedir.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Barış Şanlıgenç isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 28 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB genel sekreteri Fuat Uçar'ın yapılan bir istişare toplantısı zamanı röportajı yayınlanmıştır. Röportajda DATUB' ün faaliyetlerinden bahsedilmiştir.

28 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB istişare toplantısının başlangıcı ile ilgili canlı görüntü paylaşılmıştır. Her hangi konuşmaya yer verilmemiş ve başlık da kullanılmamıştır.

Selamet Cevdet Ahiskali isimli Dünya Ahıska Türkleri facebook grubu üyesi tarafından 28 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Istişare toplantısında alınan kararlar milletimize hayırlı uğurlu olmasını diliyorum" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımda da DATUB toplantısının geleceğe yönelik çalışmalara yön vereceği ifade edilmektedir.

DATUB Türkiye Akdeniz Temsilciliği facebook sayfasından alınarak Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yayınlanan fotoğrafta Antalya'da DATUB'ün yaptığı çalışmalara değinilmiştir. Yapılan paylaşımda "Antalya'da Güreş ve Futbol etkinliklerimiz devam etmektedir" başlığı kullanılmıştır.

28 Şubat tarihinde grupta yapılan bir diğer paylaşımda ise "DATUB Genel Başkanı Sayın Ziyatdin Kassanov Azerbaycan'ın Içtimai Televizyonunun canlı yayınında Ahıska Türklerini ve DATUB faaliyetlerini anlattı" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda DATUB genel başkanının yaptığı çalışmalardan bahsedilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 28 Şubat 2019 tarihinde grubun moderatörü tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin geleneklerini yansıtan belgesel yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Ahıska'lı Türklerin düğün âdetlerini, gelenek göreneklerini anlatan 'Ulu kuvvet, Medeniyet' belgeselini aşağıdaki linke tıklayarak izleyebilirsiniz" başlığı kullanılmıştır.

Grupta 28 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda "Kendisiyle yaptığım en son röportajında milletimize böyle seslenmişti. Ama şu an kendisi aramızda değil artık. Allah rahmet eylesin!" başlığı kullanılmıştır. Molla Yusuf olarak bilinen ve Ahıska'da ikamet eden yaşlı dede ile yıllar önce yapılan söyleşi Ahıska'dan hatıra olarak yeniden grup üyeleri ile paylaşılmıştır.

Grup moderatörü tarafından 28 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Akdeniz Temsilciliği facebook sayfasından alınarak yayınlanan paylaşımda "Antalya'da Güreş ve Futbol etkinliklerimiz devam etmektedir" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Ahıskalı gençlerin sporda elde ettikleri başarılardan bahsedilmektedir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 28 Şubat 2019 tarihinde grubun moderatörü tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin geleneklerini yansıtan belgesel yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Ahıska'lı Türklerin düğün âdetlerini, gelenek göreneklerini anlatan 'Ulu kuvvet, Medeniyet' belgeselini aşağıdaki linke tıklayarak izleyebilirsiniz" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 28 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Kalesinin karlı gününden bir fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımın yorumlarında ise üzüntü emojilerinin sergilenmesi Ahıska'ya hasreti ve başının karlara teslim olduğunu ifade etmektedir.

Grupta 28 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda "Kendisiyle yaptığım en son röportajında milletimize böyle seslenmişti. Ama şu an kendisi aramızda değil artık. Allah rahmet eylesin!" başlığı kullanılmıştır. Molla Yusuf olarak bilinen ve Ahıska'da ikamet eden

yaşlı dede ile yıllar önce yapılan söyleşi Ahıska'dan hatıra olarak yeniden grup üyeleri ile paylaşılmıştır.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatanı olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 28 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Kalesinin kadı gününden bir fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımın yorumlarında ise üzüntü emojilerinin sergilenmesi Ahıska'ya hasreti ve başının karlara teslim olduğunu ifade etmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 28 Şubat 2019 tarihinde grubun moderatörü tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin geleneklerini yansıtan belgesel yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Ahıska'lı Türklerin düğün âdetlerini, gelenek göreneklerini anlatan "Ulu kuvvet, Medeniyet" belgeselini aşağıdaki linke tıklayarak izleyebilirsiniz" başlığı kullanılmıştır.

Grupta 28 Şubat tarihinde yapılan paylaşımda "Kendisiyle yaptığım en son röportajında milletimize böyle seslenmişti. Ama şu an kendisi aramızda değil artık. Allah rahmet eylesin!" başlığı kullanılmıştır. Molla Yusuf olarak bilinen ve Ahıska'da ikamet eden yaşlı dede ile yıllar önce yapılan söyleşi Ahıska'dan hatıra olarak yeniden grup üyeleri ile paylaşılmıştır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 28 Şubat 2019 tarihinde grubun moderatörü tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin geleneklerini yansıtan belgesel yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Ahıska'lı Türklerin düğün âdetlerini, gelenek göreneklerini anlatan "Ulu kuvvet, Medeniyet" belgeselini aşağıdaki linke tıklayarak izleyebilirsiniz" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 28 Şubat 2019 tarihinde grubun moderatörü tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin geleneklerini yansıtan belgesel yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Ahıska'lı Türklerin düğün âdetlerini, gelenek göreneklerini anlatan "Ulu kuvvet, Medeniyet" belgeselini aşağıdaki linke tıklayarak izleyebilirsiniz" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Barış Şanlıgenç isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 28 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB genel sekreteri Fuat Uçar'ın yapılan bir istişare toplantısı zamanı röportajı yayınlanmıştır. Röportajda DATUB' ün faaliyetlerinden bahsedilmiştir.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Barış Şanlıgenç isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 28 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB genel sekreteri Fuat Uçar'ın yapılan bir istişare toplantısı zamanı röportajı yayınlanmıştır. Röportajda DATUB' ün faaliyetlerinden bahsedilmiştir.

28 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda DATUB istişare toplantısının başlangıcı ile ilgili canlı görüntü paylaşılmıştır. Her hangi konuşmaya yer verilmemiş ve başlık da kullanılmamıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 28 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska Kalesinin kadı gününden bir fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımın yorumlarında ise üzüntü emojilerinin sergilenmesi Ahıska'ya hasreti ve başının karlara teslim olduğunu ifade etmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 28 Şubat 2019 tarihinde grubun moderatörü tarafından yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin geleneklerini yansıtan belgesel yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Ahıska'lı Türklerin düğün âdetlerini, gelenek göreneklerini anlatan "Ulu kuvvet, Medeniyet" belgeselini aşağıdaki linke tıklayarak izleyebilirsiniz" başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	28 Şubat 2019	0 paylaşım	11 Paylaşım	3 Paylaşım	3 Paylaşım	3 Paylaşım	4 Paylaşım
Genel Toplam:	24 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 28 Şubat 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmıştır. Bu başlık altında 11 paylaşım yapılmıştır. Ikinci en çok paylaşılan başlık ise haberleşme aracı olarak sunum başlığıdır ve 4 kez bu başlık altında paylaşım yapılmıştır. Dini bakışın sunumu ile ilgili paylaşımlara rastlanmazken, diğer başlıkların her birinde ise 3 kez paylaşım yapılmıştır.

1 Mart 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından 1 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda video görsel sunulmuştur. Yapılan paylaşımda "Avrupadan hayırlı cumalar cümleten" başlığı kullanılmıştır. Avrupa'da da Ahıskalı Türklerin dini gelenekleri sürdürdüğüne değinilmiştir.

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından 1 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda video görsel sunulmuştur. Yapılan paylaşımda "Avrupadan hayırlı cumalar cümleten" başlığı kullanılmıştır. Avrupa'da da Ahıskalı Türklerin dini gelenekleri sürdürdüğüne değinilmiştir.

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 1 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Selamet Selamet tarafından yapılan paylaşımda canlı müzik seslendirilmiştir. Kendisi de Ahıskalı sanatçı olan Selamet Selamet tarafından yapılan paylaşımda annelere ilgili kaleme alınan şarkı söylenmiştir. Yapılan paylaşımda "Insaniyet Güneş'i olan siz aziz analarımıza sevgi ve saygılarımız olsun. Rabbim sizleri başımızdan eksik etmesin" başlığı kullanılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Grupta 1 Mart tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan bir diğer paylaşımda ise Türkiye'yi Ahıska'ya bağlayan Sarp sınır kapısında yenileme çalışmalarından sonra hizmete açılacağı bilgisi verilmiştir. Bu sınır kapısı Türkiye'nin Posof ilçesi ile ve Gürcistan'ın Ahıska bölgesi arasında karşılıklı geçişlerde önemli yere sahiptir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

1 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov Uzimli'de Yaşayan Ahıskalılar ile Yeniden Bir Araya Geldi" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Erzincan'da halkla görüşen DATUB genel başkanının sorunlarla ilgilendiği belirtilmektedir.

Muhammet Demirci isimli grup üyesi tarafından 1 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Kırkağaç Ahıska Türkleri derneğinden, belediye başkan adaylarına ziyaret" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda yerel seçimlere katılacak adaylara destek ziyareti yapıldığı haberi verilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

1 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov Uzimli'de Yaşayan Ahıskalılar ile Yeniden Bir Araya Geldi" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda Erzincan'da halkla görüşen DATUB genel başkanının sorunlarla ilgilendiği belirtilmektedir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 1 Mart 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Gürcistan Cumhurbaşkanı Zurabişvili ve Azerbaycan Cumhurbaşkanı Aliyev'in basın toplantısı hakkında yapılan haber paylaşılmıştır. Haberin grupta yayınlanmasının nedeni her iki cumhurbaşkanının temsil ettiği ülkenin Ahıskalı Türkler için önemli yere sahip olmasıdır.

Grupta 1 Mart tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan bir diğer paylaşımda ise Türkiye'yi Ahıska'ya bağlayan Sarp sınır kapısında yenileme çalışmalarından sonra hizmete açılacağı bilgisi verilmiştir. Bu sınır kapısı Türkiye'nin Posof ilçesi ile ve Gürcistan'ın Ahıska bölgesi arasında karşılıklı geçişlerde önemli yere sahiptir.

Muhammet Demirci isimli grup üyesi tarafından 1 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Kırkağaç Ahıska Türkleri derneğinden, belediye başkan adaylarına ziyaret" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda yerel seçimlere katılacak adaylara destek ziyareti yapıldığı haberi verilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 1 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Selamet Selamet tarafından yapılan paylaşımda canlı müzik seslendirilmiştir. Kendisi de Ahıskalı sanatçı olan Selamet Selamet tarafından yapılan paylaşımda annelere ilgili kaleme alınan şarkı söylenmiştir. Yapılan paylaşımda "Insaniyet Güneş'i olan siz aziz analarımıza sevgi ve saygılarımız olsun. Rabbim sizleri başımızdan eksik etmesin" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi Ibrahim Şekeroglu tarafından 1 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda video görsel sunulmuştur. Yapılan paylaşımda "Avrupadan hayırlı cumalar cümleten" başlığı kullanılmıştır. Avrupa'da da Ahıskalı Türklerin dini gelenekleri sürdürdüğüne değinilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 1 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Selamet Selamet tarafından yapılan paylaşımda canlı müzik seslendirilmiştir. Kendisi de Ahıskalı sanatçı olan Selamet Selamet tarafından yapılan paylaşımda annelere ilgili kaleme alınan şarkı söylenmiştir. Yapılan paylaşımda "Insaniyet Güneş'i olan siz aziz analarımıza sevgi ve saygılarımız olsun. Rabbim sizleri başımızdan eksik etmesin" başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	1 Mart 2019	2 paylaşım	4 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	6 Paylaşım
Genel Toplam:	13 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 1 Mart tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı altında paylaşım yapıldığına (6 kez) rastlanmıştır. Sosyal Açının Sunumu ikinci en çok paylaşım yapılan başlık olmuş ve bu başlık altında 4 kez paylaşım yapılmıştır. Milli ve Aidiyetin Sunumu ve Kültürel Bakış Açısının sunumu başlıklarında ise her hangi habere rastlanmamıştır. Toplamda 1 Mart 2019 tarihinde grupta 13 paylaşıma rastlanmıştır.

2 Mart 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Ibrahim Şekeroglu isimli grup üyesi tarafından 2 Mart 2019 tarihinde yapılan canlı yayın paylaşımında Ahıska bölgesi olarak kabul edilen Ardahan'la ilgili fikirler seslendirilmiştir. Yapılan paylaşımda "Ardahan'a ilçelerine Posof'a yatırımlar devam etmeli" başlığı kullanılmıştır. Ardahan'a havalimanının gerekli olduğu vurgulanmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 2 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Şamil Beşlioğlu tarafından yapılan paylaşımda vatandaşlık başvurusu ile ilgili bilgi edinmek istenmiştir. Yapılan paylaşımda "Selam aleykum arkadaşlar 26.02.2018 Antalya, başvuranlardan kimlik alan var mı" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfası moderatörü tarafından 2 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska'dan toplanan çiçeklerin çekilmiş fotoğrafları sergilenmiştir. Azerbaycan Türkçesi ve Türkiye Türkçesi ile ortak yazılan paylaşımda Ahıska köyleri methedilmiştir. Yapılan paylaşımda "Güzel Vatan'ımızın en güzel ve büyük köylerinden biri Vaxan köyüdür" başlığı kullanılmıştır.

2 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda Ahıska'dan bir köyün fotoğrafı sergilenmiştir. "Selam olsun Abastubanlılere!" başlığı ile yapılan paylaşımda Ahıska'nın 220 güzel köyünden biri olduğu ve havası ile bu köylülerin öğündüğü ifade edilmektedir. Bu paylaşım vasıtasıyla geçmişi özlem, Ahıska'nın vatan olarak sunumu hedeflenmiştir.

Grupta 2 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Ahıskanın Sesi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska'nın köylerinden birinin fotoğrafı sergilenmiştir. Yapılan paylaşımın altında "Güzel VATAN'ımızın güzel köylerinden biri de KIKINET köyüdür. Gitmenizi, görmenizi tavsiye ederim" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfası moderatörü tarafından 2 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska'dan toplanan çiçeklerin çekilmiş fotoğrafları sergilenmiştir. Azerbaycan Türkçesi ve Türkiye Türkçesi ile ortak yazılan paylaşımda Ahıska

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Ahıskanın Sesi facebook sayfasının DATUB Gençlik Kolları facebook sayfasına istinaden Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yayınladığı paylaşımda Azerbaycan'da Ahıskalılarla ilgili yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Kenan İbrahimli DATUB Gençlik Kolları Azerbaycan Temsilcisi seçildi" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 3 Mart 2019 tarihinde Ahıskanın Sesi isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda Orta Asya'ya sürgün edilen Ahıskalı Türklerin, özellikle de Kazakistan'da meskûnlaşan Ahıskalı Türklerin geçmişi ve bu günü ile ilgili bilgiler verilmiştir. Paylaşılan video görselin altında "Kazakistan'da yaşayan Ahıska Türkleri" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Ahıskanın Sesi facebook sayfasının Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yayınladığı paylaşımda "Ahıska Sürgün Belgeseli" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda 2010'da yapılan belgeselin tanıtımı yapılmıştır.

Ahıskanın Sesi facebook sayfasının DATUB Gençlik Kolları facebook sayfasına istinaden Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yayınladığı paylaşımda Azerbaycan'da Ahıskalılarla ilgili yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Kenan İbrahimli DATUB Gençlik Kolları Azerbaycan Temsilcisi seçildi" başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 3 Mart 2019 tarihinde yapılan bir diğer video görüntülü paylaşımda yaşlı bir kişinin Gürcistan'ın Ahıska bölgesinde terk edilmiş köyleri ziyaret etmesi sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda Ahıska'nın vatan olduğuna ve Ahıskalı Türklerin yeniden bu topraklara geri dönmesinin gerekli olduğu ifade edilmektedir. Geçmişe yönelik özlem de paylaşımda hissedilmektedir.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 3 Mart 2019 tarihinde yapılan bir diğer video görüntülü paylaşımda yaşlı bir kişinin Gürcistan'ın Ahıska bölgesinde terk edilmiş köyleri ziyaret etmesi sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda Ahıska'nın vatan olduğuna ve Ahıskalı Türklerin yeniden bu topraklara geri dönmesinin gerekli olduğu ifade edilmektedir. Geçmişe yönelik özlem de paylaşımda hissedilmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 3 Mart 2019 tarihinde Ahıskanın Sesi isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda Orta Asya'ya sürgün edilen Ahıskalı Türklerin, özellikle de Kazakistan'da meskûnlaşan Ahıskalı Türklerin geçmişi ve bu günü ile ilgili bilgiler verilmiştir. Paylaşılan video görselin altında "Kazakistan'da yaşayan Ahıska Türkleri" başlığı kullanılmıştır.

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 3 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Nargilya İsayeva tarafından yapılan paylaşımda hasta Ahıskalı genç için destek istenmiştir. Yapılan paylaşımda "Allah Rızası İçin Çok Acil. Ahıskalı Türkler! Evladına Sahip Çık, Gücünün Yettiğince Yardımını Dualarını Esirgeme!" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda hasta gencin fotoğrafları da yer almaktadır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle İlgili Paylaşımların Yapılması:

Ahıskanın Sesi facebook sayfasının Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yayınladığı paylaşımda "Ahıska Sürgün Belgeseli" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda 2010'da yapılan belgeselin tanıtımı yapılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 3 Mart 2019 tarihinde yapılan bir diğer video görüntülü paylaşımda yaşlı bir kişinin Gürcistan'ın Ahıska bölgesinde terk edilmiş köyleri ziyaret etmesi sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda Ahıska'nın vatan olduğuna ve Ahıskalı Türklerin yeniden bu topraklara geri dönmesinin gerekli olduğu ifade edilmektedir. Geçmişe yönelik özlem de paylaşımda hissedilmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 3 Mart 2019 tarihinde Ahıskanın Sesi isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda Orta Asya'ya sürgün edilen Ahıskalı Türklerin, özellikle de Kazakistan'da meskûnlaşan Ahıskalı Türklerin geçmişi ve bu günü ile ilgili bilgiler verilmiştir. Paylaşılan video görselin altında "Kazakistan'da yaşayan Ahıska Türkleri" başlığı kullanılmıştır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

köyleri methedilmiştir. Yapılan paylaşımda "Güzel Vatan'ımızın en güzel ve büyük köylerinden biri Vaxan köyüdür" başlığı kullanılmıştır.

2 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda Ahıska'dan bir köyün fotoğrafı sergilenmiştir. "Selam olsun Abastubanlılere!" başlığı ile yapılan paylaşımda Ahıska'nın 220 güzel köyünden biri olduğu ve havası ile bu köylülerin öğündüğü ifade edilmektedir. Bu paylaşım vasıtasıyla geçmişi özlem, Ahıska'nın vatan olarak sunumu hedeflenmiştir.

Grupta 2 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Ahıskanın Sesi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska'nın köylerinden birinin fotoğrafı sergilenmiştir. Yapılan paylaşımın altında "Güzel VATAN'ımızın güzel köylerinden biri de KIKINET köyüdür. Gitmenizi, görmenizi tavsiye ederim" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

İbrahim Şekeroglu isimli grup üyesi tarafından 2 Mart 2019 tarihinde yapılan canlı yayın paylaşımında Ahıska bölgesi olarak kabul edilen Ardahan'la ilgili fikirler seslendirilmiştir. Yapılan paylaşımda "Ardahan'a ilçelerine Posof'a yatırımlar devam etmeli" başlığı kullanılmıştır. Ardahan'a havalimanının gerekli olduğu vurgulanmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle İlgili Paylaşımların Yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 2 Mart 2019 tarihinde grubun yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska ile sınır olan Posof'tan tarihi fotoğraf sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda "Posof'un Kurtuluşu ve Gazileri" başlığı kullanılmıştır. Bu fotoğraf altında yayınlanan bilgi ile Posof'un geçmişi hakkında bilgi verilmiştir.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 2 Mart 2019 tarihinde grubun yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska ile sınır olan Posof'tan tarihi fotoğraf sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda "Posof'un Kurtuluşu ve Gazileri" başlığı kullanılmıştır. Bu fotoğraf altında yayınlanan bilgi ile Posof'un geçmişi hakkında bilgi verilmiştir.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda 2 Mart 2019 tarihinde grubun yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska ile sınır olan Posof'tan tarihi fotoğraf sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda "Posof'un Kurtuluşu ve Gazileri" başlığı kullanılmıştır. Bu fotoğraf altında yayınlanan bilgi ile Posof'un geçmişi hakkında bilgi verilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfası moderatörü tarafından 2 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska'dan toplanan çiçeklerin çekilmiş fotoğrafları sergilenmiştir. Azerbaycan Türkçesi ve Türkiye Türkçesi ile ortak yazılan paylaşımda Ahıska köyleri methedilmiştir. Yapılan paylaşımda "Güzel Vatan'ımızın en güzel ve büyük köylerinden biri Vaxan köyüdür" başlığı kullanılmıştır.

2 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında yapılan paylaşımda Ahıska'dan bir köyün fotoğrafı sergilenmiştir. "Selam olsun Abastubanlılere!" başlığı ile yapılan paylaşımda Ahıska'nın 220 güzel köyünden biri olduğu ve havası ile bu köylülerin öğündüğü ifade edilmektedir. Bu paylaşım vasıtasıyla geçmişi özlem, Ahıska'nın vatan olarak sunumu hedeflenmiştir.

Grupta 2 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Ahıskanın Sesi tarafından yapılan paylaşımda Ahıska'nın köylerinden birinin fotoğrafı sergilenmiştir. Yapılan paylaşımın altında "Güzel VATAN'ımızın güzel köylerinden biri de KIKINET köyüdür. Gitmenizi, görmenizi tavsiye ederim" başlığı kullanılmıştır.

Genel İstatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini	Sosyal	Milli ve	Politik	Kültürel	Haberleşme

		Bakışın Sunumu	Açının Sunumu:	Aidiyetin Sunumu	Bakış Açısının Sunumu	Bakış Açısının sunumu	Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	2 Mart 2019	0 paylaşım	5 Paylaşım	3 Paylaşım	2 Paylaşım	1 Paylaşım	4 Paylaşım
Genel Toplam:	15 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 2 Mart tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmıştır. Bu başlık altında 5 paylaşım yapılmıştır. Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı ise ikinci en çok öne çıkan başlıklardan biridir. Bu başlık altında 4 kez paylaşım yapılmıştır. Dini bakış açısının sunumu ile ilgili ise her hangi paylaşıma rastlanmamıştır. 2 Mart 2019 tarihinde toplamda 15 kez paylaşım yapıldığına rastlanmıştır.

3 Mart 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Ahıskanın Sesi facebook sayfasının Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yayınladığı paylaşımda "Ahıska Sürgün Belgeseli" başlığı kullanılmıştır. Yapılan paylaşımda 2010'da yapılan belgeselin tanıtımı yapılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 3 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Nargilya İsayeva tarafından yapılan paylaşımda hasta Ahıskalı genç için destek istenmiştir. Yapılan paylaşımda "Allah Rızası İçin Çok Acil. Ahıskalı Türkler! Evladına Sahip Çık, Gücünün Yettiğince Yardımını Dualarını Esirgeme!" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda hasta gencin fotoğrafları da yer almaktadır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Ahıskanın Sesi facebook sayfasının 3 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda yaptığı paylaşımda Türkiye Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun Bursa seferi yayınlanmıştır. Ahıskalı Türklerin Türkiye'de yoğun bir şekilde yaşadığı Bursa'ya seferi haberinin görsel olarak yerleştirildiği grupta "Günün ardından Bursa - İstanbul #Üsküdar" başlığı paylaşılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 3 Mart 2019 tarihinde yapılan bir diğer video görüntülü paylaşımda yaşlı bir kişinin Gürcistan'ın Ahıska bölgesinde terk edilmiş köyleri ziyaret etmesi sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda Ahıska'nın vatan olduğuna ve Ahıskalı Türklerin yeniden bu topraklara geri dönmesinin gerekli olduğu ifade edilmektedir. Geçmişe yönelik özlem de paylaşımda hissedilmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 3 Mart 2019 tarihinde Ahıskanın Sesi isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda Orta Asya'ya sürgün edilen Ahıskalı Türklerin, özellikle de Kazakistan'da meskûnlaşan Ahıskalı Türklerin geçmişi ve bu günü ile ilgili bilgiler verilmiştir. Paylaşılan video görselin altında "Kazakistan'da yaşayan Ahıska Türkleri" başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 3 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Nargilya İsayeva tarafından yapılan paylaşımda hasta Ahıskalı genç için destek istenmiştir. Yapılan paylaşımda "Allah Rızası İçin Çok Acil. Ahıskalı Türkler! Evladına Sahip Çık, Gücünün Yettiğince Yardımını Dualarını Esirgeme!" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda hasta gencin fotoğrafları da yer almaktadır.

Genel İstatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini	Sosyal	Milli ve	Politik	Kültürel	Haberleşme

		Bakışın Sunumu	Açının Sunumu:	Aidiyetin Sunumu	Bakış Açısının Sunumu	Bakış Açısının sunumu	Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	3 Mart 2019	0 paylaşım	5 Paylaşım	4 Paylaşım	4 Paylaşım	0 Paylaşım	5 Paylaşım
Genel Toplam:	18 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 3 Mart tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda Sosyal Açının sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 5 kez paylaşım yapıldığı görülmüştür. Milli ve Aidiyetin Sunumu ve Politik Bakış Açısının Sunumu başlıklarının her birinde ise 4 kez paylaşım yapıldığına, Dini Bakışın Sunumu ve Kültürel Bakış Açısının Sunumu başlıklarında ise her hangi paylaşımın yapılmadığına rastlanmıştır. 3 Mart tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda toplamda 18 paylaşım yapılmıştır.

4 Mart 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Oğuzhan Taşçı tarafından yapılan paylaşımda dünyadan en çok Ahıskalı nüfusun yaşadığı Kazakistan'ın Cumhurbaşkanı Nazarbayev'in Ahıskalı siyasetçi Yalçın Topçu'ya madalya takdim ettiği bilgisi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Kazakistan Cumhurbaşkanı Nazarbayev'den, Yalçın Topçu'ya madalya" başlığı kullanılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

4 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Bayram Zubanov tarafından yapılan paylaşımda vatandaşlık başvurusu ile ilgili bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Yapılan paylaşımda "Arkadaşlar vatandaşlık ne aşamada olduğunu nasıl sorgulanıyor önceden gov tr sorguluyordum şimdi başvuru numarasını soruyor yardımcı olur musunuz" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

4 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında Umut Garipler isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda futbolcuların fotoğrafı sergilenmiştir. Yapılan fotoğraf paylaşımı Ahıska Ahıskaspor Kulubu facebook sayfasından alınarak yayınlanmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Oğuzhan Taşçı tarafından yapılan paylaşımda dünyadan en çok Ahıskalı nüfusun yaşadığı Kazakistan'ın Cumhurbaşkanı Nazarbayev'in Ahıskalı siyasetçi Yalçın Topçu'ya madalya takdim ettiği bilgisi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Kazakistan Cumhurbaşkanı Nazarbayev'den, Yalçın Topçu'ya madalya" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

4 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında Umut Garipler isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda futbolcuların fotoğrafı sergilenmiştir. Yapılan fotoğraf paylaşımı Ahıska Ahıskaspor Kulubu facebook sayfasından alınarak yayınlanmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Oğuzhan Taşçı tarafından yapılan paylaşımda dünyadan en çok Ahıskalı nüfusun yaşadığı Kazakistan'ın Cumhurbaşkanı Nazarbayev'in Ahıskalı siyasetçi Yalçın Topçu'ya madalya takdim ettiği bilgisi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Kazakistan Cumhurbaşkanı Nazarbayev'den, Yalçın Topçu'ya madalya" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Oğuzhan Taşçı tarafından yapılan paylaşımda dünyadan en çok Ahıskalı nüfusun yaşadığı Kazakistan'ın Cumhurbaşkanı Nazarbayev'in Ahıskalı siyasetçi Yalçın Topçu'ya madalya takdim ettiği bilgisi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Kazakistan Cumhurbaşkanı Nazarbayev'den, Yalçın Topçu'ya madalya" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

4 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında Umut Garipler isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda futbolcuların fotoğrafı sergilenmiştir. Yapılan fotoğraf paylaşımı Ahıska Ahıskaspor Kulubu facebook sayfasından alınarak yayınlanmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	4 Mart 2019	0 paylaşım	4 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	7 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırmada 4 Mart tarihi Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfası için en az paylaşım yapılan gün olarak kayda geçmektedir. Bu tarihte tüm başlıklar altında toplamda 7 kez paylaşım yapılmıştır. En çok paylaşım yapılan başlık ise Sosyal Açının Sunumu'dur. 3 başlıkta ise hiçbir paylaşımın yapılmadığı görülmüştür.

5 Mart 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 5 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Mevlüd Yusufoğlu tarafından yapılan paylaşımda Uludağ Üniversitesinde yapılacak sempozyumla ilgili bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda sempozyum afişi yayınlanmıştır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 5 Mart 2019 tarihinde grup üyesi Mevlüd Yusufoğlu tarafından yapılan paylaşımda Uludağ Üniversitesinde yapılacak sempozyumla ilgili bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda sempozyum afişi yayınlanmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	5 Mart 2019	0 paylaşım	1Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	2 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 5 Mart tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda Sosyal Açının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 1 kez paylaşım yapıldığına rastlanmıştır. Diğer başlıklarda ise her hangi paylaşım yapılmamıştır. 5 Mart tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunda toplamda 2 kez paylaşım yapılmıştır.

6 Mart 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

6 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Ismail Ahıskalı tarafından yapılan paylaşımda grup üyeleri yeni çekilen filmin bölümlerini izlemek için davet edilmiştir. Yapılan paylaşımda "Herkes cep telefonlarından, Dizinin bölümlerini izleye bilir" başlığı kullanılmıştır.

Ahıskalı Enes Arslan isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 6 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska marşı başlığı ile sözlü müzik yayınlanmıştır. Yapılan paylaşım daha çok reklam karakteri taşımaktadır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 6 Mart 2019 tarihinde Ibrahim Şekeroglu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Ardahan ve Posof'tan karelerin müzikle birlikte yer aldığı video görselde tarihi mekânlar izleyicilere aktarılmıştır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

6 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Ismail Ahıskalı tarafından yapılan paylaşımda grup üyeleri yeni çekilen filmin bölümlerini izlemek için davet edilmiştir. Yapılan paylaşımda "Herkes cep telefonlarından, Dizinin bölümlerini izleye bilir" başlığı kullanılmıştır.

Ahıskalı Enes Arslan isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 6 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska marşı başlığı ile sözlü müzik yayınlanmıştır. Yapılan paylaşım daha çok reklam karakteri taşımaktadır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Ahıskalı Enes Arslan isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 6 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska marşı başlığı ile sözlü müzik yayınlanmıştır. Yapılan paylaşım daha çok reklam karakteri taşımaktadır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 6 Mart 2019 tarihinde Ibrahim Şekeroglu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Ardahan ve Posof'tan karelerin müzikle birlikte yer aldığı video görselde tarihi mekânlar izleyicilere aktarılmıştır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

6 Mart 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında grup üyesi Ismail Ahıskalı tarafından yapılan paylaşımda grup üyeleri yeni çekilen filmin bölümlerini izlemek için davet edilmiştir. Yapılan paylaşımda "Herkes cep telefonlarından, Dizinin bölümlerini izleye bilir" başlığı kullanılmıştır.

Ahıskalı Enes Arslan isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 6 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska marşı başlığı ile sözlü müzik yayınlanmıştır. Yapılan paylaşım daha çok reklam karakteri taşımaktadır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook sayfasında 6 Mart 2019 tarihinde Ibrahim Şekeroglu isimli grup üyesi tarafından yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Ardahan ve Posof'tan karelerin müzikle birlikte yer aldığı video görselde tarihi mekânlar izleyicilere aktarılmıştır.

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

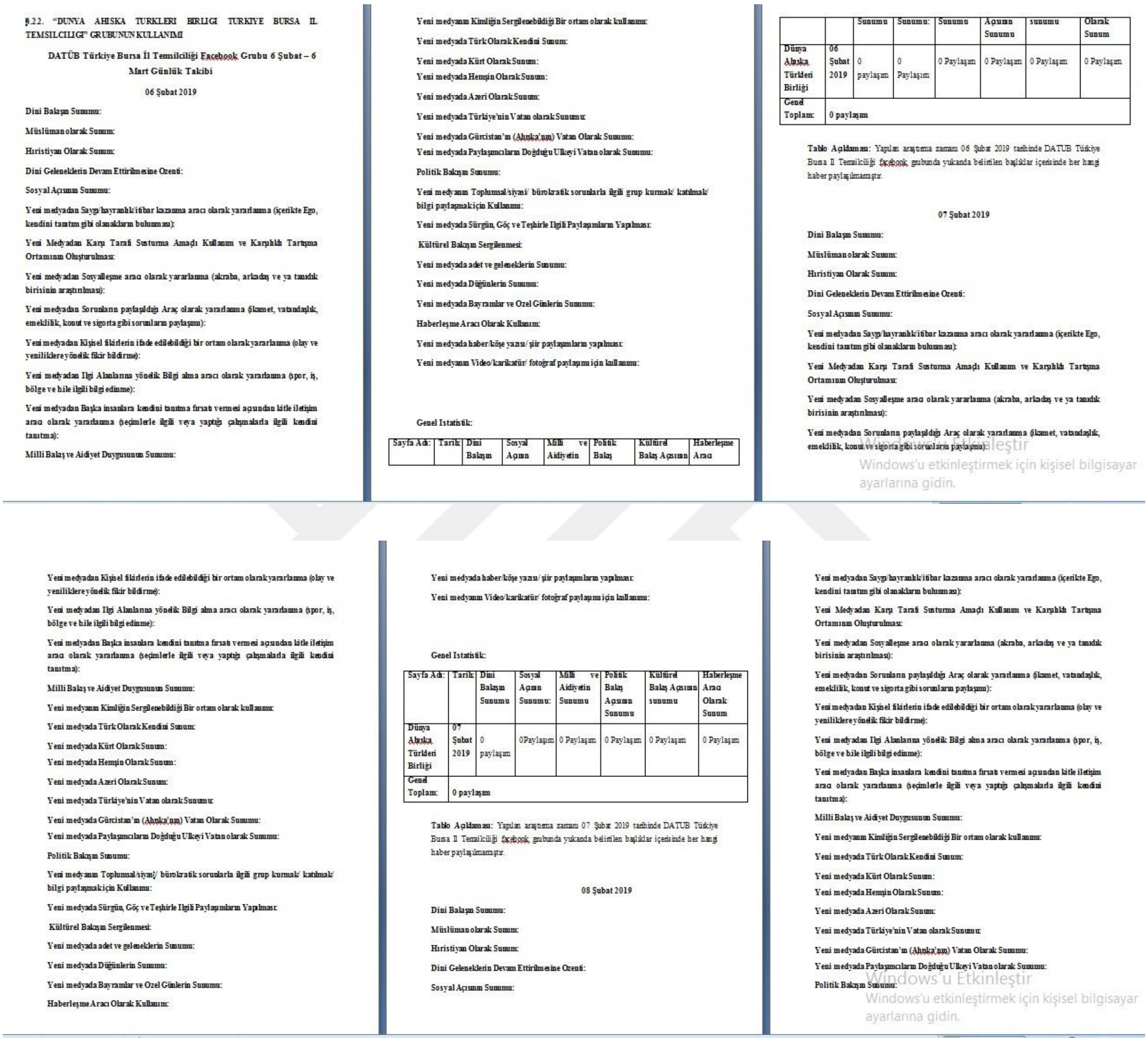
Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Ahıskalı Enes Arslan isimli Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubu üyesi tarafından 6 Mart 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıska marşı başlığı ile sözlü müzik yayınlanmıştır. Yapılan paylaşım daha çok reklam karakteri taşımaktadır.

Şekil 93: Dünya Ahıska Türkleri Birliği Facebook Sayfası 6 Şubat – 6 Mart 2019 Tarihlerindeki Günlük Takip Göstergeleri

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği Facebook Sayfasının 6 Şubat – 6 Mart 2019 Tarihlerindeki Günlük Takip Göstergesi



§.22. "DUNYA AHISKA TURKLERI BIRLIGI TURKIYE BURSA IL TEMSILCILIGI" GRUBUNUN KULLANIMI

DATÜB Türkiye Bursa İl Temsilciliği Facebook Grubu 6 Şubat – 6 Mart Günlük Takibi

06 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	06 Şubat 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 06 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa İl Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar içerisinde her hangi haber paylaşılmamıştır.

07 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	07 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 07 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa İl Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar içerisinde her hangi haber paylaşılmamıştır.

08 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	08 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 08 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

09 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda 9 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Bursa Il Göç Idaresi ile yapılacak görüşme hakkında bilgi verilmiş ve sorunları olan kişilerin müracaat etmeleri istenmiştir. Paylaşıma "Değedi Halkımız" başlığı konularak başlanmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda 9 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Bursa Il Göç Idaresi ile yapılacak görüşme hakkında bilgi verilmiş ve sorunları olan kişilerin müracaat etmeleri istenmiştir. Paylaşıma "Değedi Halkımız" başlığı konularak başlanmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	09 Şubat 2019	0 paylaşım	1Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	2 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 09 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda Sosyal Açının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 1 kez paylaşım yağıldığına rastlanmıştır. Diğer başlıklarda ise her hangi paylaşım yapılmamıştır. 09 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda toplamda 2 kez paylaşım yapılmıştır.

10 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	10 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 10 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar içerisinde her hangi paylaşım yapılmadığına rastlanmıştır.

11 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	11 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 11 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar içerisinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

12 Şubat 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda 12 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda vatandaşlık başvurusunda talep edilen belgelerle ilgili bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Boşanma ve Dulluk Belgelerine Dair Bilgilendirme" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda 12 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda vatandaşlık başvurusunda talep edilen belgelerle ilgili bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Boşanma ve Dulluk Belgelerine Dair Bilgilendirme" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	12 Şubat 2019	0 paylaşım	1Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	2 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 12 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda Sosyal Açının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 1 kez paylaşım yapıldığına rastlanmıştır. Diğer başlıklarda ise her hangi paylaşım yapılmamıştır. 12 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda toplamda 2 kez paylaşım yapılmıştır.

13 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	13 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 13 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar içerisinden her hangi paylaşımın yapıldığına rastlanmamıştır.

14 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda 14 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Gulceren Terzioğlu tarafından yapılan bir diğer paylaşımda ise Antalya'da Dünya Ahıska Türkleri Birliği Kadın Kolları olarak yapılan çalışmalardan bahsedilmiştir. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Kadın Kolları çalışmalarını Antalya'da devam ettiriyor" başlığı kullanılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda 14 Şubat 2019 tarihinde grup üyesi Gulceren Terzioğlu tarafından yapılan bir diğer paylaşımda ise Antalya'da Dünya Ahıska Türkleri Birliği Kadın Kolları olarak yapılan çalışmalardan bahsedilmiştir. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Kadın Kolları çalışmalarını Antalya'da devam ettiriyor" başlığı kullanılmıştır.

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda Gulceren Terzioğlu isimli grup üyesi tarafından 14 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda toplantıdayken çekilen fotoğraflar sergilenmiştir.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda Gulceren Terzioğlu isimli grup üyesi tarafından 14 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda toplantıdayken çekilen fotoğraflar sergilenmiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	14 Şubat 2019	0 paylaşım	3Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	4 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 14 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda en çok Sosyal Açının Sunumu ile ilgili paylaşım yapıldığı görülmüştür. Yapılan incelemede 14 Şubat tarihinde 3 kez bu başlık altında paylaşım yapılmış, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı ile ilgili ise 1 kez paylaşıma rastlanmıştır. 14 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda toplamda 4 kez paylaşım yapılmıştır.

15 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri	15 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım

Birliği								
Genel Toplam:	0 paylaşım							

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 15 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi bir paylaşıma rastlanmamıştır.

16 Şubat 2019

Dini Balışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	16 Şubat 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 16 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

17 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda 17 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından yapılan paylaşımda birilerine atıfta bulunularak Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunu dağıtma planlarının boşa çıkacağı ifade edilmiştir. Yapılan paylaşımda "Bu DATUB Facebook grubunu dağıtmak mı niyetiniz? Başaramayacaksınız!" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda 17 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından yapılan paylaşımda birilerine atıfta bulunularak Dünya Ahıska Türkleri Birliği facebook grubunu dağıtma planlarının boşa çıkacağı ifade edilmiştir. Yapılan paylaşımda "Bu DATUB Facebook grubunu dağıtmak mı niyetiniz? Başaramayacaksınız!" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	17 Şubat 2019	0 paylaşım	2 aylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	2 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 17 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda sadece Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 2 kez paylaşım yapıldığına rastlanmıştır. Diğer başlıklar altında grupta her hangi paylaşım yapılmamıştır.

18 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	18 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 18 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar altında her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

19 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Grup yöneticisi tarafından 19 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yapılan paylaşımda bir görüşmede zamanı çekilen fotoğraf sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda bir kaç kişi de etiketlenerek "Alimır Aktaş'tan DATUB Bursa Ofisi Ziyareti" başlığı kullanılmıştır.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Grup yöneticisi tarafından 19 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa İl Temsilciliği facebook grubunda yapılan paylaşımda bir görüşmede zamanı çekilen fotoğraf sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda bir kaç kişi de etiketlenerek "Alimır Aktaş'tan DATUB Bursa Ofisi Ziyareti" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	19 Şubat 2019	0 paylaşım	1Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	2 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 19 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa İl Temsilciliği facebook grubunda Sosyal Açının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 1 kez paylaşım yağıldığına rastlanmıştır. Diğer başlıklarda ise her hangi paylaşım yapılmamıştır. 19 Şubat 2019 tarihinde grupta toplamda 2 kez paylaşıma rastlanmıştır.

20 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	20 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 20 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa İl Temsilciliği facebook grubunda yukarıda gösterilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

21 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	21 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 21 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa İl Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar altında her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

22 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	22 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 22 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa İl Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

23 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

DATUB Türkiye Bursa İl Temsilciliği facebook grubunda 23 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği bursa ofisinde yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Daha Bir Yanlışı Düzeltmiş Olduk" başlığı kullanılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Türkiye Bursa İl Temsilciliği facebook grubunda 23 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği bursa ofisinde

yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Daha Bir Yanlışı Düzeltmiş Olduk" başlığı kullanılmıştır.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda 23 Şubat 2019 tarihinde grup yöneticisi tarafından yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği bursa ofisinde yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Daha Bir Yanlışı Düzeltmiş Olduk" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	23 Şubat 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	3 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 23 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda Sosyal Açının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının altında paylaşımlara rastlanmıştır. Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 2, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığında ise 1 kez paylaşıma rastlanmıştır. 23 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda toplamda 3 kez paylaşımın yapıldığı görülmüştür.

heç birinde 1 kez paylaşım yağıldığına rastlanmıştır. Diğer başlıklarda ise her hangi paylaşım yapılmamıştır. 08 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda toplamda 2 kez paylaşım yapılmıştır.

24 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	24 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 24 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşım yapılmamıştır.

25 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Fezli Eşrefov isimli DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubu üyesi tarafından 25 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Azerbaycan milletvekilinin Hocalı katliamı ile ilgili röportajı yayınlanmıştır. Azerbaycan Türkçesi ile yapılan paylaşımda "Millət vəkili Qənirə Paşayeva NTV-yə Xocalı Soyqırımı ilə bağlı geniş müsahibə verib" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Fezli Eşrefov isimli DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubu üyesi tarafından 25 Şubat 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Azerbaycan milletvekilinin Hocalı katliamı ile ilgili röportajı yayınlanmıştır. Azerbaycan Türkçesi ile yapılan paylaşımda "Millət vəkili Qənirə Paşayeva NTV-yə Xocalı Soyqırımı ilə bağlı geniş müsahibə verib" başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	25 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	2 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 25 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda Politik Balaş Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 1 kez paylaşım yağıldığına rastlanmıştır. Diğer başlıklarda ise her hangi paylaşım yapılmamıştır. 25 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda toplamda 2 kez paylaşım yapılmıştır.

26 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	26 Şubat 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 26 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşım yapılmamıştır.

27 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	27 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	**0 paylaşım**						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 27 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşım yapılmamıştır.

28 Şubat 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	28 Şubat 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	**0 paylaşım**						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 28 Şubat 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar altında her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

1 Mart 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	1 Mart 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	**0 paylaşım**						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 1 Mart 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda her hangi paylaşım yapılmamıştır.

2 Mart 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	2 Mart 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	**0 paylaşım**						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 2 Mart 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukanda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

3 Mart 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubu yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından yapılan paylaşımda önemli bir kararın paylaşıldığı ifade edilmektedir. Yapılan paylaşımda "Onemli bir kararımı siz değerli dostlarımla paylaşıyorum! Eskilere yol görünürken, gençlere yer vermenin zamanı geldi!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi birilerine mesaj vermeye çalışmıştır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubu yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından yapılan paylaşımda önemli bir kararın paylaşıldığı ifade edilmektedir. Yapılan paylaşımda "Onemli bir kararımı siz değerli dostlarımla paylaşıyorum! Eskilere yol görünürken, gençlere yer vermenin zamanı geldi!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi birilerine mesaj vermeye çalışmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubu yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından yapılan paylaşımda önemli bir kararın paylaşıldığı ifade edilmektedir. Yapılan paylaşımda "Onemli bir kararımı siz değerli dostlarımla paylaşıyorum! Eskilere yol görünürken, gençlere yer vermenin zamanı geldi!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi birilerine mesaj vermeye çalışmıştır.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubu yöneticisi Burhan Ozkoşar tarafından yapılan paylaşımda önemli bir kararın paylaşıldığı ifade edilmektedir. Yapılan paylaşımda "Onemli bir kararımı siz değerli dostlarımla paylaşıyorum! Eskilere yol görünürken, gençlere yer vermenin zamanı geldi!" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımla grup yöneticisi birilerine mesaj vermeye çalışmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	3 Mart 2019	0 paylaşım	3Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	4 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 3 Mart 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda Sosyal Açının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıkları altında haberlere rastlanmıştır. Sosyal Açının Sunumu başlığında 3,

Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı altında ise sadece 1 kez paylaşım yapılmıştır. 3 Mart 2019 tarihinde grupta toplamda 4 kez paylaşım görülmüştür.

4 Mart 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	4 Mart 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 4 Mart 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukanda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

5 Mart 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunuşn:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	5 Mart 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 5 Mart 2019 tarihinde DATUB Türkiye Bursa Il Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar altında her hangi bir paylaşıma rastlanmamıştır.

6 Mart 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

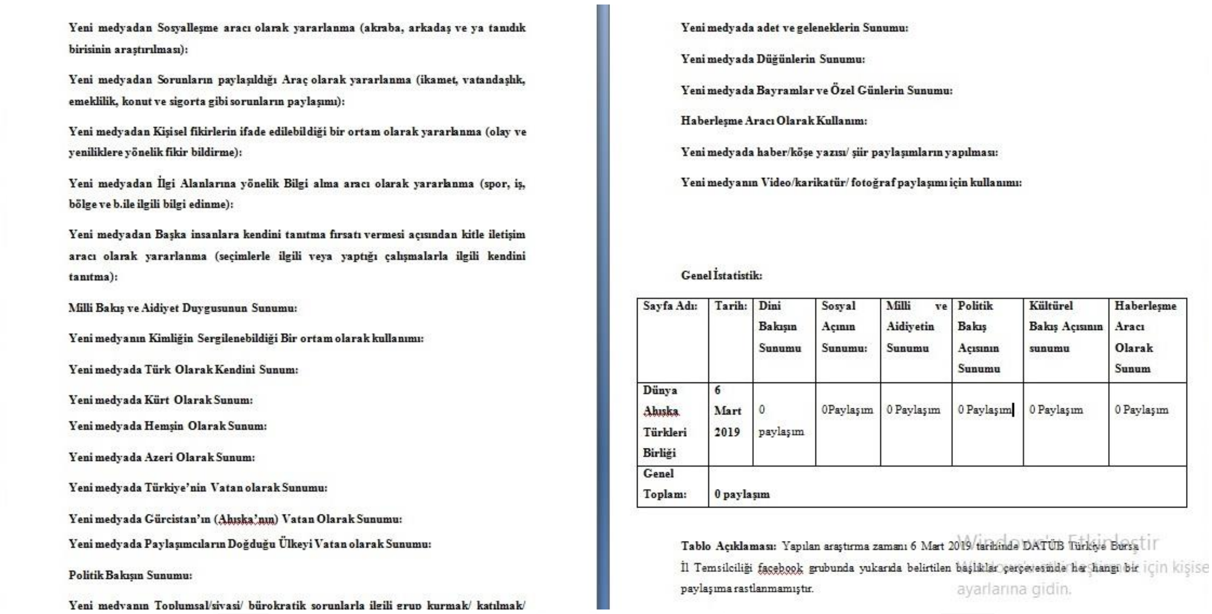
Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:



Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel İstatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	6 Mart 2019	0 paylaşım	0Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 6 Mart 2019 tarihinde DATÜB Türkiye Bursa İl Temsilciliği facebook grubunda yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi bir paylaşıma rastlanmamıştır.

Şekil: 94 Dünya Ahıska Türkleri Birliği Türkiye Bursa İl Temsilciliği Facebook Sayfasının 6 Şubat – 6 Mart 2019 Tarihlerindeki Günlük Takip Göstergeleri.

"Dünya Ahıska Türkleri Birliği" Resmi Twitter Sayfasının 1 – 30 Nisan 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Takip Göstergesi

3.2.3. "DUNYA AHISKA TURKLERI BIRLIGI" RESMI TWITTER SAYFASININ KULLANIMI

DÜNYA AHISKA TÜRKLERİ BİRLİĞİ (DATÜB) Twitter Sayfası 1-30 Nisan Tarihleri Arasında Günlük Takibi

1 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özeni:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

1 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanının fotoğrafı paylaşılmıştır. Yerel seçimlerde Erzincan'ın Uzümlü (Ahıskalı Türklerin 2014'ten bu yana iskân edildikleri ilçe) ilçesinde kazanılan başarıdan dolayı AK Parti adına Cumhurbaşkanının dili ile fotoğrafın içerisine "Güvenine Teşekkürler Uzümlü" yazısı eklenmiştir.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

1 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda ise Kazakistan'da gerçekleştirilen 1.Uluslararası Ahıskalı Kadınlar Forumunun kısa video tanıtımı sergilenmiştir. Sadece Müzik eşliğinde yapılan video görselde katılımcıların konuşmalarından alınan görüntülere yer verilmiştir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

1 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanının fotoğrafı paylaşılmıştır. Yerel seçimlerde Erzincan'ın Uzümlü (Ahıskalı Türklerin 2014'ten bu yana iskân edildikleri ilçe) ilçesinde kazanılan başarıdan dolayı AK Parti adına Cumhurbaşkanının dili ile fotoğrafın içerisine "Güvenine Teşekkürler Uzümlü" yazısı eklenmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

1 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanının fotoğrafı paylaşılmıştır. Yerel seçimlerde Erzincan'ın Uzümlü (Ahıskalı Türklerin 2014'ten bu yana iskân edildikleri ilçe) ilçesinde kazanılan başarıdan dolayı AK Parti adına Cumhurbaşkanının dili ile fotoğrafın içerisine "Güvenine Teşekkürler Uzümlü" yazısı eklenmiştir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

1 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda ise Kazakistan'da gerçekleştirilen 1.Uluslararası Ahıskalı Kadınlar Forumunun kısa video tanıtımı sergilenmiştir. Sadece Müzik eşliğinde yapılan video görselde katılımcıların konuşmalarından alınan görüntülere yer verilmiştir.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

1 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda ise Kazakistan'da gerçekleştirilen 1.Uluslararası Ahıskalı Kadınlar Forumunun kısa video tanıtımı sergilenmiştir. Sadece Müzik eşliğinde yapılan video görselde katılımcıların konuşmalarından alınan görüntülere yer verilmiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	1 Nisan 2019	0 paylaşım	3 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	6 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 1 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde 6 kez paylaşım yapılmıştır. Paylaşımların içerisinde en çok rastlanan başlık ise Sosyal Açının Sunumu olmuştur. Diğer başlıklarda ise sadece 3 kez paylaşıma rastlanmıştır.

2 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özeni:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

2 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında Dünya Ahıska Türkleri birliği Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un yer aldığı fotoğraf paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "Azerbaycan Diaspora ile Iş Devlet Komisyonu Başkanı Fuad Muradov Tiflis'te Ahıskalı gençlerle bir araya geldi" başlığı kullanılmıştır. Ahıskalı Türk gençler için Gürcistan'da gerçekleştirilen çalışmalardan bahsedilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

2 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında Dünya Ahıska Türkleri birliği Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un yer aldığı fotoğraf paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "Azerbaycan Diaspora ile Iş Devlet Komisyonu Başkanı Fuad Muradov Tiflis'te Ahıskalı gençlerle bir araya geldi" başlığı kullanılmıştır. Ahıskalı Türk gençler için Gürcistan'da gerçekleştirilen çalışmalardan bahsedilmiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	2 Nisan 2019	0 paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	2 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 2 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda gösterilen başlıklar içerisinde 2 kez paylaşıma rastlanmıştır. Sosyal Açının Sunumu ile ilgili başlıkta 1 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığında da aynı sayıda 1 kez paylaşıma rastlanmıştır.

3 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özeni:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	3 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 3 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

4 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özeni:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):



4 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında facebook'tan alınan link paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "Kendinize Gelin Beyler" beyler başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşım vasıtasıyla birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamı oluşturulmuştur.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

4 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında facebook'tan alınan link paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "Kendinize Gelin Beyler" beyler başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşım vasıtasıyla birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamı oluşturulmuştur.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

4 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında facebook'tan alınan link paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "Kendinize Gelin Beyler" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşım vasıtasıyla birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamı oluşturulmuştur.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

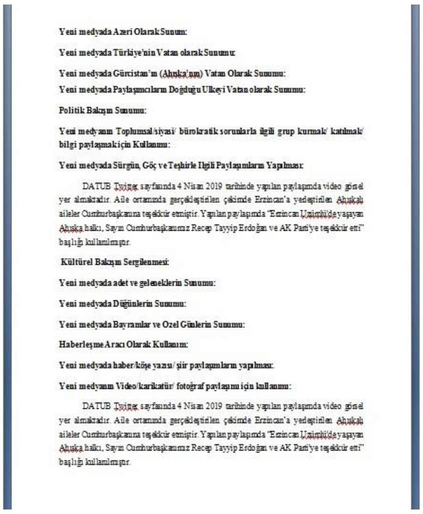
Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:



Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

DATUB Twitter sayfasında 4 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda video görsel yer almaktadır. Aile ortamında gerçekleştirilen çekimde Erzincan'a yerleştirilen Ahıskalı aileler Cumhurbaşkanına teşekkür etmiştir. Yapılan paylaşımda "Erzincan Uzümlü'de yaşayan Ahıska halkı, Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan ve AK Parti'ye teşekkür etti" başlığı kullanılmıştır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

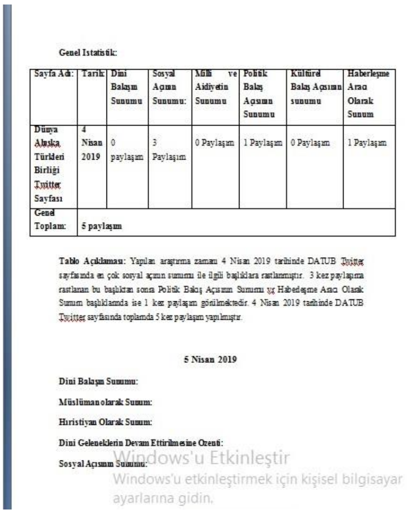
Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

DATUB Twitter sayfasında 4 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda video görsel yer almaktadır. Aile ortamında gerçekleştirilen çekimde Erzincan'a yerleştirilen Ahıskalı aileler Cumhurbaşkanına teşekkür etmiştir. Yapılan paylaşımda "Erzincan Uzümlü'de yaşayan Ahıska halkı, Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan ve AK Parti'ye teşekkür etti" başlığı kullanılmıştır.



Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	4 Nisan 2019	0 paylaşım	3 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	5 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 4 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmıştır. 3 kez paylaşıma rastlanan bu başlıktan sonra Politik Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarında ise 1 kez paylaşım görülmektedir. 4 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında toplamda 5 kez paylaşım yapılmıştır.

5 Nisan 2019

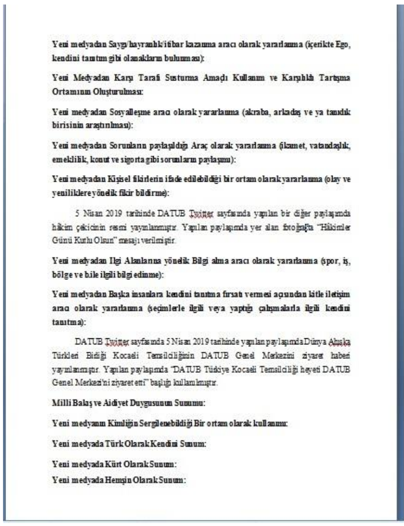
Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:



Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

5 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda hâkim çekicinin resmi yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda yer alan fotoğrafta "Hâkimler Günü Kutlu Olsun" mesajı verilmiştir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Twitter sayfasında 5 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Kocaeli Temsilciliğinin DATUB Genel Merkezini ziyaret haberi yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Kocaeli Temsilciliği heyeti DATUB Genel Merkezi'ni ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır.

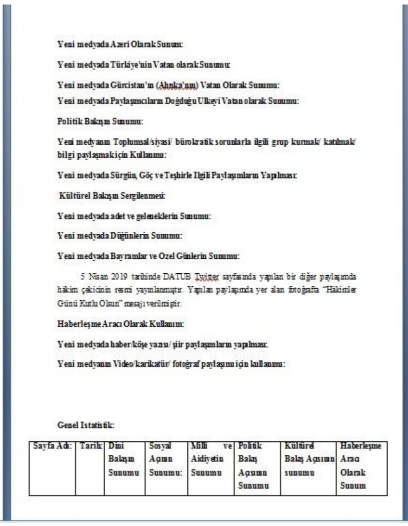
Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:



Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

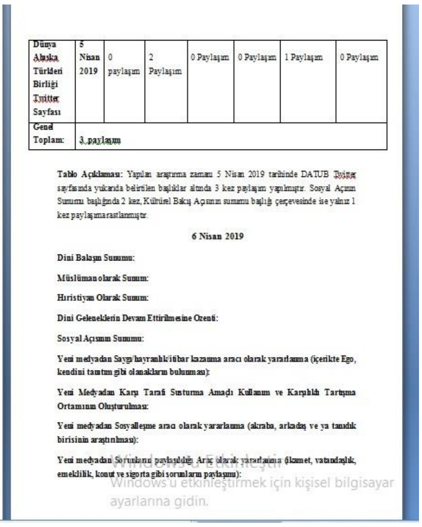
5 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda hâkim çekicinin resmi yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda yer alan fotoğrafta "Hâkimler Günü Kutlu Olsun" mesajı verilmiştir.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:



Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	5 Nisan 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	3 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 5 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar altında 3 kez paylaşım yapılmıştır. Sosyal Açının Sunumu başlığında 2 kez, Kültürel Bakış Açısının sunumu başlığı çerçevesinde ise yalnız 1 kez paylaşıma rastlanmıştır.

6 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

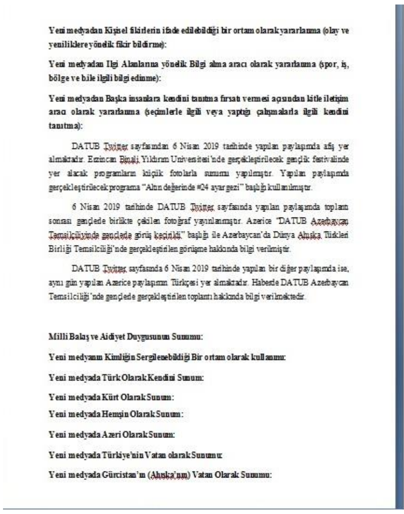
Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):



Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Twitter sayfasından 6 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda afiş yer almaktadır. Erzincan Binali Yıldırım Universitesi'nde gerçekleştirilecek gençlik festivalinde yer alacak programların küçük fotolarla sunumu yapılmıştır. Yapılan paylaşımda gerçekleştirilecek programa "Altın değerinde #24 ayar gezi" başlığı kullanılmıştır.

6 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda toplantı sonrası gençlerle birlikte çekilen fotoğraf yayınlanmıştır. Azerice "DATUB Azerbaycan Temsilciliyinde gənclərlə görüş keçirildi" başlığı ile Azerbaycan'da Dünya Ahıska Türkleri Birliği Temsilciliği'nde gerçekleştirilen görüşme hakkında bilgi verilmiştir.

DATUB Twitter sayfasında 6 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise, aynı gün yapılan Azerice paylaşımın Türkçesi yer almaktadır. Haberde DATUB Azerbaycan Temsilciliği'nde gençlerle gerçekleştirilen toplantı hakkında bilgi verilmektedir.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

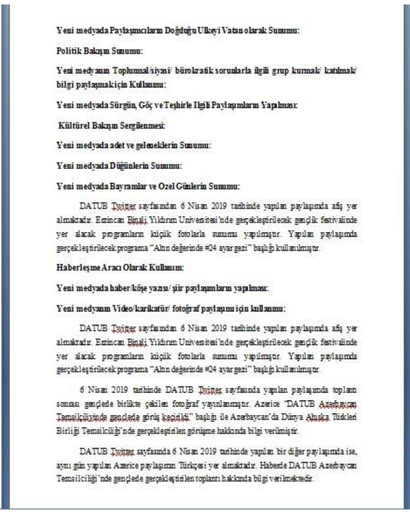
Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:



Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

DATUB Twitter sayfasından 6 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda afiş yer almaktadır. Erzincan Binali Yıldırım Universitesi'nde gerçekleştirilecek gençlik festivalinde yer alacak programların küçük fotolarla sunumu yapılmıştır. Yapılan paylaşımda gerçekleştirilecek programa "Altın değerinde #24 ayar gezi" başlığı kullanılmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

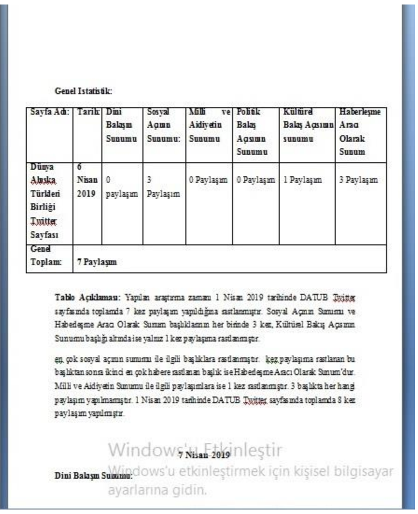
Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

DATUB Twitter sayfasından 6 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda afiş yer almaktadır. Erzincan Binali Yıldırım Universitesi'nde gerçekleştirilecek gençlik festivalinde yer alacak programların küçük fotolarla sunumu yapılmıştır. Yapılan paylaşımda gerçekleştirilecek programa "Altın değerinde #24 ayar gezi" başlığı kullanılmıştır.

6 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda toplantı sonrası gençlerle birlikte çekilen fotoğraf yayınlanmıştır. Azerice "DATUB Azerbaycan Temsilciliyinde gənclərlə görüş keçirildi" başlığı ile Azerbaycan'da Dünya Ahıska Türkleri Birliği Temsilciliği'nde gerçekleştirilen görüşme hakkında bilgi verilmiştir.

DATUB Twitter sayfasında 6 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise, aynı gün yapılan Azerice paylaşımın Türkçesi yer almaktadır. Haberde DATUB Azerbaycan Temsilciliği'nde gençlerle gerçekleştirilen toplantı hakkında bilgi verilmektedir.



Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	6 Nisan 2019	0 paylaşım	3 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	3 Paylaşım
Genel Toplam:	7 Paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 1 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında toplamda 7 kez paylaşım yapıldığına rastlanmıştır. Sosyal Açının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 3 kez, Kültürel Bakış Açısının Sunumu başlığı altında ise yalnız 1 kez paylaşıma rastlanmıştır.

en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmıştır. kez paylaşıma rastlanan bu başlıktan sonra ikinci en çok habere rastlanan başlık ise Haberleşme Aracı Olarak Sunum'dur. Milli ve Aidiyetin Sunumu ile ilgili paylaşımlara ise 1 kez rastlanmıştır. 3 başlıkta her hangi paylaşım yapılmamıştır. 1 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında toplamda 8 kez paylaşım yapılmıştır.

7 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	7 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 7 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda gösterilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

8 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

DATUB Twitter sayfasında 8 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kollarının 2 yaşı münasebetiyle tebrik mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "DATUB Gençlik Kolları 2 yaşında!" başlığı kullanılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Twitter sayfasında 8 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kollarının 2 yaşı münasebetiyle tebrik mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "DATUB Gençlik Kolları 2 yaşında!" başlığı kullanılmıştır.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	8 Nisan 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	2 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 8 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında toplamda 2 paylaşıma rastlanmıştır. Her iki paylaşımın Sosyal Açının Sunumu başlığı altında yapıldığı tespit edilmiştir.

9 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

9 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Sayın Ziyatdin Kassanov'a yaptığı canlı yayında iftiralar atan Salim Iskenderov'a bir tepki de Gürcistan'dan geldi" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımda verilen mesajda birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamına zemin oluşturulmaya çalışılmıştır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

9 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Sayın Ziyatdin Kassanov'a yaptığı canlı yayında iftiralar atan Salim Iskenderov'a bir tepki de Gürcistan'dan geldi" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşımda verilen mesajda birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamına zemin oluşturulmaya çalışılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	9 Nisan 2019	0 paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	2 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 9 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında toplamda 2 kez paylaşıma rastlanmıştır. Bunlardan biri Sosyal Açının Sunumu, diğeri ise Haberleşme Aracı Olarak sunum başlıklarıdır. Her iki başlık altında 1 kez paylaşım yapıldığı görülmüştür.

10 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	10 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 10 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukanda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

11 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	11 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 11 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukanda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi habere rastlanmamıştır.

12 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	12 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 12 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukanda belirtilen başlıklar altında her hangi paylaşımın yapılmadığı görülmüştür.

13 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	13 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 13 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukanda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

14 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

14 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Görüntüde Izmir DATUB temsilcisinin konuşmaları yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Icra Komitesi başkan yardımcısı Ibrahim Agara'nın basın açıklaması" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

14 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Görüntüde Izmir DATUB temsilcisinin konuşmaları yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Icra Komitesi başkan yardımcısı Ibrahim Agara'nın basın açıklaması" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

14 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Görüntüde Izmir DATUB temsilcisinin konuşmaları yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Icra Komitesi başkan yardımcısı Ibrahim Agara'nın basın açıklaması" başlığı kullanılmıştır.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

14 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Görüntüde Izmir DATUB temsilcisinin konuşmaları yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Icra Komitesi başkan yardımcısı Ibrahim Agara'nın basın açıklaması" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

14 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda video görsel sergilenmiştir. Görüntüde Izmir DATUB temsilcisinin konuşmaları yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Icra Komitesi başkan yardımcısı Ibrahim Agara'nın basın açıklaması" başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	14 Nisan 2019	0 paylaşım	3 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	5 Paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 14 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmıştır. Diğer başlıklarda ise sadece 2 kez paylaşıma rastlanmıştır. DATUB Twitter sayfasında 14 Nisan 2019 tarihinde toplamda 5 paylaşım yapılmıştır.

15 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda DATUB'un çalışmaları hakkında bilgi verilmiştir. Ankara'da gerçekleştirilen görüşmeler hakkında bilgi verilirken "DATUB, Istanbul Il Göç Idaresi Müdürlüğü'nü ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında facebook'tan alınan link paylaşılmıştır. DATUB Icra Komitesi başkanı Mehmet Taş'ın fikirlerinin yer aldığı yazıda birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamına çekilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Su uyur şer cephesi uyumaz" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında facebook'tan alınan link paylaşılmıştır. DATUB Icra Komitesi başkanı Mehmet Taş'ın fikirlerinin yer aldığı yazıda birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamına çekilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Su uyur şer cephesi uyumaz" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Twitter sayfasında 15 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda afiş yer almaktadır. "DGK Oğrenci Dayanışma Günleri başvuruları için SON 2 GUN" başlığı kullanılan paylaşımda Erzincan'da yapılacak Gençlik Dayanışma Günleri için çağrıda bulunulmuştur.

15 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda da Erzincan'da gerçekleştirilecek programın afişi kullanılmıştır. Fakat bu paylaşım farklı saatte yapıldığından tekrar bilgi verme amacını taşımaktadır.

15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda DATUB'un çalışmaları hakkında bilgi verilmiştir. Ankara'da gerçekleştirilen görüşmeler hakkında bilgi verilirken "DATUB, Istanbul Il Göç Idaresi Müdürlüğü'nü ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır.

15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Ankara'da gerçekleştirilen bir diğer görüşün haberi yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "DATUB, Istanbul Il Nüfus ve Vatandaşlık Müdürlüğü'nü ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır.

DATUB Twitter sayfasında 15 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Uluslararası 15. Ipekyolu Yılın Altın Adamları Odülleri sahiplerini buldu" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kasanov'un Uluslararası 15. Ipekyolu Yılın Altın Adamı Odülüne laik görüldüğü ifade edilmektedir.

15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda da DATUB genel başkanının aldığı ödüle değinilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Avrupa'nın ve Asya'nın başarılı isimleri uluslararası 15. Ipekyolu ödül töreninde buluştu" haber başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

DATUB Twitter sayfasında 15 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Uluslararası 15. Ipekyolu Yılın Altın Adamları Odülleri sahiplerini buldu" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kasanov'un Uluslararası 15. Ipekyolu Yılın Altın Adamı Odülüne laik görüldüğü ifade edilmektedir.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında facebook'tan alınan link paylaşılmıştır. DATUB Icra Komitesi başkanı Mehmet Taş'ın fikirlerinin yer aldığı yazıda birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamına çekilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Su uyur şer cephesi uyumaz" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

DATUB Twitter sayfasında 15 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda afiş yer almaktadır. "DGK Oğrenci Dayanışma Günleri başvuruları için SON 2 GUN" başlığı kullanılan paylaşımda Erzincan'da yapılacak Gençlik Dayanışma Günleri için çağrıda bulunulmuştur.

15 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda da Erzincan'da gerçekleştirilecek programın afişi kullanılmıştır. Fakat bu paylaşım farklı saatte yapıldığından tekrar bilgi verme amacını taşımaktadır.

15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda da DATUB genel başkanının aldığı ödüle değinilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Avrupa'nın ve Asya'nın başarılı isimleri uluslararası 15. Ipekyolu ödül töreninde buluştu" haber başlığı kullanılmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda DATUB'un çalışmaları hakkında bilgi verilmiştir. Ankara'da gerçekleştirilen görüşmeler hakkında bilgi verilirken "DATUB, Istanbul Il Göç Idaresi Müdürlüğü'nü ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır.

15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Ankara'da gerçekleştirilen bir diğer görüşün haberi yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "DATUB, Istanbul Il Nüfus ve Vatandaşlık Müdürlüğü'nü ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır.

DATUB Twitter sayfasında 15 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda "Uluslararası 15. Ipekyolu Yılın Altın Adamları Odülleri sahiplerini buldu" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kasanov'un Uluslararası 15. Ipekyolu Yılın Altın Adamı Odülüne laik görüldüğü ifade edilmektedir.

15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda da DATUB genel başkanının aldığı ödüle değinilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Avrupa'nın ve Asya'nın başarılı isimleri uluslararası 15. Ipekyolu ödül töreninde buluştu" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

DATUB Twitter sayfasında 15 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda afiş yer almaktadır. "DGK Oğrenci Dayanışma Günleri başvuruları için SON 2 GUN" başlığı kullanılan paylaşımda Erzincan'da yapılacak Gençlik Dayanışma Günleri için çağrıda bulunulmuştur.

15 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda da Erzincan'da gerçekleştirilecek programın afişi kullanılmıştır. Fakat bu paylaşım farklı saatte yapıldığından tekrar bilgi verme amacını taşımaktadır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	15 Nisan 2019	0 paylaşım	9 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım	3 Paylaşım	6 Paylaşım
Genel Toplam:	20 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 15 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında en çok Sosyal Açının Sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmıştır. Toplamda 20 kez yapılan paylaşımların içerisinde Sosyal Açının Sunumu 9 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı 6 kez olmakla en çok paylaşım yapılan 2 büyük başlık olarak yer almaktadırlar.

16 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

DATUB Twitter sayfasında 16 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise 14 Nisanda yapılan basın açıklamasının facebook'tan alınan linki paylaşılmıştır. Basın açıklamasında Dünya Ahıska Türkleri Birliği olarak yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

16 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği heyeti olarak Erzincan'da ilçe belediye başkanını ziyaretle ilgili haber yer almaktadır. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Kadın Kolları Başkanı Selamet Cevdet Uzümlü Belediye Başkanı Ahmet Sadi'yi makamında ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır.

DATUB Twitter sayfasında 16 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise 14 Nisanda yapılan basın açıklamasının facebook'tan alınan linki paylaşılmıştır. Basın açıklamasında Dünya Ahıska Türkleri Birliği olarak yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

DATUB Twitter sayfasında 16 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise 14 Nisanda yapılan basın açıklamasının facebook'tan alınan linki paylaşılmıştır. Basın açıklamasında Dünya Ahıska Türkleri Birliği olarak yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

16 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği heyeti olarak Erzincan'da ilçe belediye başkanını ziyaretle ilgili haber yer almaktadır. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Kadın Kolları Başkanı Selamet Cevdet Uzümlü Belediye Başkanı Ahmet Sadi'yi makamında ziyaret etti" başlığı kullanılmıştır.

DATUB Twitter sayfasında 16 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise 14 Nisanda yapılan basın açıklamasının facebook'tan alınan linki paylaşılmıştır. Basın açıklamasında Dünya Ahıska Türkleri Birliği olarak yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın	Sosyal Açının	Milli ve Aidiyetin	Politik Bakış	Kültürel Bakış Açısının	Haberleşme Aracı

		Sunumu	Sunumu:	Sunumu	Açısının Sunumu	sunumu	Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	16 Nisan 2019	0 paylaşım	3 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	5 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 16 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında en çok sosyal açının sunumu (3 kez) ile ilgili başlıklara rastlanmıştır. Toplamda ise yukarıda belirtilen başlıklar altında 5 kez paylaşım yapılmıştır.

17 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

DATUB Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB genel başkanı Ziyatdin Kassanov'un Ankara'da gerçekleştirdiği görüşmeler hakkında bilgi verilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Genel Başkan Kassanov, Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürü Hüseyin Engin Sarıibrahim ile Görüştü" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB genel başkanı Ziyatdin Kassanov'un Ankara'da gerçekleştirdiği görüşmeler hakkında bilgi verilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Genel Başkan Kassanov, Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürü Hüseyin Engin Sarıibrahim ile Görüştü" haber başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle İlgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

DATUB Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB genel başkanı Ziyatdin Kassanov'un Ankara'da gerçekleştirdiği görüşmeler hakkında bilgi verilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Genel Başkan Kassanov, Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürü Hüseyin Engin Sarıibrahim ile Görüştü" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel İstatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	17 Nisan 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	3 Paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 17 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında 3 kez paylaşıma rastlanmıştır. Sosyal Açının Sunumu ile ilgili başlığa 2 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı altında ise 1 kez haber görülmüştür.

18 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle İlgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel İstatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	18 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 18 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar altında her hangi habere rastlanmamıştır.

19 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

19 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında DATUB genel başkanının Berat Kandili münasebetiyle yayınladığı mesaj paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Kassanov'un Berat Kandili mesajı" başlığı kullanılmıştır.

Hıristiyan Olarak Sunum:

19 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında DATUB genel başkanının Berat Kandili münasebetiyle yayınladığı mesaj paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Kassanov'un Berat Kandili mesajı" başlığı kullanılmıştır.

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

DATUB Twitter sayfasında 19 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Erzincan'da Turizm Haftasında Ahıskalılarla ilgili sergilenen standın büyük ilgi çektiği ifade edilmektedir. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Erzincan Kadın Kolları tarafından açılan stant yoğun ilgi gördü" başlığı kullanılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan İlgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve b.ile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Twitter sayfasında 19 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Erzincan'da Turizm Haftasında Ahıskalılarla ilgili sergilenen standın büyük ilgi çektiği ifade edilmektedir. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Erzincan Kadın Kolları tarafından açılan stant yoğun ilgi gördü" başlığı kullanılmıştır.

19 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda DATUB genel sekreterinin Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili yaptığı görüşmeler ve toplantılar hakkında bilgi verilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB Genel Sekreteri Fuat Uçar, Kayseri Yeşilhisar Şehit Kübra Doğanay Fen lisesinde Türklük Günü ile ilgili programa katılan kurum, kuruluş temsilcileri ve öğrenciler ile bir araya geldi" haber başlığı kullanılmıştır.

19 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Kayseri'de düzenlenen programa DATUB yönetim üyelerinin katılımı hakkında bilgi verilmiştir. Kayseri Yeşilhisar ilçesi Şehit Kübra Doğanay Fen lisesinde düzenlenen " HUZUNLU GOÇ AHISKA TURKLERI" isimli programa katılım sağlandığı belirtilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

19 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda DATUB genel sekreterinin Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili yaptığı görüşmeler ve toplantılar hakkında bilgi verilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB Genel Sekreteri Fuat Uçar, Kayseri Yeşilhisar Şehit Kübra Doğanay Fen lisesinde Türklük Günü ile ilgili programa katılan kurum, kuruluş temsilcileri ve öğrenciler ile bir araya geldi" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

19 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda DATUB genel sekreterinin Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili yaptığı görüşmeler ve toplantılar hakkında bilgi verilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB Genel Sekreteri Fuat Uçar, Kayseri Yeşilhisar Şehit Kübra Doğanay Fen lisesinde Türklük Günü ile ilgili programa katılan kurum, kuruluş temsilcileri ve öğrenciler ile bir araya geldi" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle İlgili Paylaşımların Yapılması:

19 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Kayseri'de düzenlenen programa DATUB yönetim üyelerinin katılımı hakkında bilgi verilmiştir. Kayseri Yeşilhisar ilçesi Şehit Kübra Doğanay Fen lisesinde düzenlenen " HUZUNLU GOÇ AHISKA TURKLERI" isimli programa katılım sağlandığı belirtilmiştir.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

19 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda DATUB genel sekreterinin Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili yaptığı görüşmeler ve toplantılar hakkında bilgi verilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB Genel Sekreteri Fuat Uçar, Kayseri Yeşilhisar Şehit Kübra Doğanay Fen lisesinde Türklük Günü ile ilgili programa katılan kurum, kuruluş temsilcileri ve öğrenciler ile bir araya geldi" haber başlığı kullanılmıştır.

DATUB Twitter sayfasında 19 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Erzincan'da Turizm Haftasında Ahıskalılarla ilgili sergilenen standın büyük ilgi çektiği ifade edilmektedir. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Erzincan Kadın Kolları tarafından açılan stant yoğun ilgi gördü" başlığı kullanılmıştır.

Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında DATUB genel başkanının Berat Kandili münasebetiyle yayınladığı mesaj paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Kassanov'un Berat Kandili mesajı" başlığı kullanılmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

19 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda DATUB genel sekreterinin Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili yaptığı görüşmeler ve toplantılar hakkında bilgi verilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB Genel Sekreteri Fuat Uçar, Kayseri Yeşilhisar Şehit Kübra Doğanay Fen lisesinde Türklük Gümi ile ilgili programa katılan kurum, kuruluş temsilcileri ve öğrenciler ile bir araya geldi" haber başlığı kullanılmıştır.

DATUB Twitter sayfasında 19 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Erzincan'da Turizm Haftasında Ahıskalılarla ilgili sergilenen standın büyük ilgi çektiği ifade edilmektedir. Yapılan paylaşımda "DATUB Türkiye Erzincan Kadın Kolları tarafından açılan stant yoğun ilgi gördü" başlığı kullanılmıştır.

19 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Kayseri'de düzenlenen programa DATUB yönetim üyelerinin katılımı hakkında bilgi verilmiştir. Kayseri Yeşilhisar ilçesi Şehit Kübra Doğanay Fen lisesinde düzenlenen " HUZUNLU GOÇ AHISKA TURKLERI" isimli programa katılım sağlandığı belirtilmiştir.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balış Açısının Sunumu	Kültürel Balış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	19 Nisan 2019	2 paylaşım	4 Paylaşım	2 Paylaşım	1 Paylaşım	3 Paylaşım	3 Paylaşım
Genel Toplam:	15 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 19 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında 4 kez olmakla en çok sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmıştır. Toplamda 19 Nisan tarihinde sayfada 14 kez paylaşım yapılmıştır.

20 Nisan 2019

Dini Balışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

DATUB Twitter sayfasında 20 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda şehit olan Türk askerleri için taziye mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Sayın Ziyatdin Kassanov'dan Türkiye-Irak Sınır Hattında Meydana Gelen Operasyonlarda Şehit Olan Askerlerimiz Ile Ilgili Taziye Mesajı" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

20 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Dünya Etnospor Konfederasyonu tarafından Almatı'da gerçekleştirilen görüşmelerde Ahıskalı Türklerin Kazakistan'daki STK temsilcilerinin de katılım sağladığı belirtilmektedir. Yapılan paylaşımda "T.C. Almatı Başkonsolosluğunun Yemekli Toplantısına Katıldık" haber başlığı kullanılmıştır.

Milli Balış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Balışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

DATUB Twitter sayfasında 20 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda şehit olan Türk askerleri için taziye mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Sayın Ziyatdin Kassanov'dan Türkiye-Irak Sınır Hattında Meydana Gelen Operasyonlarda Şehit Olan Askerlerimiz Ile Ilgili Taziye Mesajı" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Balışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

20 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Dünya Etnospor Konfederasyonu tarafından Almatı'da gerçekleştirilen görüşmelerde Ahıskalı Türklerin Kazakistan'daki STK temsilcilerinin de katılım sağladığı belirtilmektedir. Yapılan paylaşımda "T.C. Almatı Başkonsolosluğunun Yemekli Toplantısına Katıldık" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balış Açısının Sunumu	Kültürel Balış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	20 Nisan 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	4 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 20 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar altında toplamda 4 kez paylaşım yapılmıştır. Bunların içerisinde en çok 2 kez olmakla sosyal açının sunumu ile ilgili başlıklara rastlanmıştır.

21 Nisan 2019

Dini Balışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Balışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Balışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balış Açısının Sunumu	Kültürel Balış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	21 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 21 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar altında her hangi habere rastlanmamıştır.

22 Nisan 2019

Dini Balışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Balışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Balışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balış Açısının Sunumu	Kültürel Balış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	22 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 22 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar altında her hangi habere rastlanmamıştır.

23 Nisan 2019

Dini Balışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:



Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

23 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı münasebetiyle tebrik mesajı yayınlanmıştır. Atatürk'ün fotoğrafının da yer aldığı paylaşımda "Çocuklarımızın kalbi kadar temiz, mutlu ve güzel günler diliyoruz" başlığı kullanılmıştır.

23 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda 23Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı bir daha kutlanmış ve kutlama zamanı çekilen video görsel kullanılmıştır. Sayfada yapılan paylaşım DATUB Türkiye Akdeniz Temsilciliği adına yayınlanmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

23 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı münasebetiyle tebrik mesajı yayınlanmıştır. Atatürk'ün fotoğrafının da yer aldığı paylaşımda "Çocuklarımızın kalbi kadar temiz, mutlu ve güzel günler diliyoruz" başlığı kullanılmıştır.

DATUB Twitter sayfasında 23 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı bir daha kutlanmış ve kutlama zamanı çekilen video görsel kullanılmıştır. Sayfada yapılan paylaşım DATUB Türkiye Akdeniz Temsilciliği adına yayınlanmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	23 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	2 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	4 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 23 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında Kültürel Bakış Açısının sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 2 kez paylaşım yapılmıştır.

24 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

24 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanının mecliste konuşma fotoğrafı yayınlanmıştır. Konuşma zamanı Kırım Türklerine de dokunan Cumhurbaşkanı Ahıskalı Türklerin sürgünü tarihine de değinmiştir. Bu konuşma Ahıskalı Türkler tarafından bir değer verilme etmeni olarak karşılanmış ve farklı sosyal medya vasıtalarında olduğu DATUB Twitter sayfasında da paylaşılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

24 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanının mecliste konuşma fotoğrafı yayınlanmıştır. Konuşma zamanı Kırım Türklerine de dokunan Cumhurbaşkanı Ahıskalı Türklerin sürgünü tarihine de değinmiştir. Bu konuşma Ahıskalı Türkler tarafından bir değer verilme etmeni olarak karşılanmış ve farklı sosyal medya vasıtalarında olduğu DATUB Twitter sayfasında da paylaşılmıştır.

Sayfada 24 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise DATUB olarak Cumhurbaşkanının konuşmasından dolayı teşekkür mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanının kürsüde konuşması üzerinde "DATUB olarak tüm Ahıska Türkleri adına Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'a, yaptığı konuşmadan ve desteklerinden dolayı çok teşekkür ederiz" başlığı kullanılmıştır.

24 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda DATUB Genel başkanının Ermeni yalanlarına karşı bildirisi yayınlanmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Ermeni Soykırımı Yalanlarına Karşı Bildirisi" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

24 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanının mecliste konuşma fotoğrafı yayınlanmıştır. Konuşma zamanı Kırım Türklerine de dokunan Cumhurbaşkanı Ahıskalı Türklerin sürgünü tarihine de değinmiştir. Bu konuşma Ahıskalı Türkler tarafından bir değer verilme etmeni olarak karşılanmış ve farklı sosyal medya vasıtalarında olduğu DATUB Twitter sayfasında da paylaşılmıştır.

DATUB Twitter sayfasında 24 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Ahıskalı Türklerle ilgili ifadeleri yer almaktadır. Cumhurbaşkanının fotoğrafı ile birlikte yapılan paylaşımda "Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan Ermeni meselesi mesajı: "Ahıska Türklerini trenlerle ölüme gönderenleri unutmadık, unutmayacağız" haber başlığı kullanılmıştır.

24 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda DATUB Genel başkanının Ermeni yalanlarına karşı bildirisi yayınlanmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Ermeni Soykırımı Yalanlarına Karşı Bildirisi" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

24 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanının mecliste konuşma fotoğrafı yayınlanmıştır. Konuşma zamanı Kırım Türklerine de dokunan Cumhurbaşkanı Ahıskalı Türklerin sürgünü tarihine de değinmiştir. Bu konuşma Ahıskalı Türkler tarafından bir değer verilme etmeni olarak karşılanmış ve farklı sosyal medya vasıtalarında olduğu DATUB Twitter sayfasında da paylaşılmıştır.

DATUB Twitter sayfasında 24 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Ahıskalı Türklerle ilgili ifadeleri yer almaktadır. Cumhurbaşkanının fotoğrafı ile birlikte yapılan paylaşımda "Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan Ermeni meselesi mesajı: "Ahıska Türklerini trenlerle ölüme gönderenleri unutmadık, unutmayacağız" haber başlığı kullanılmıştır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Sayfada yapılan bir diğer paylaşımda ise 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nın Kazakistan'da da kutlandığı belirtilmektedir. Yapılan paylaşımda "23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramımızı Uluslararası Kazakistan Türkiye Lisesi ve Talgar Lisesinde düzenlenen törenlerle coşkuyla kutladık" haber başlığı kullanılmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

24 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanının mecliste konuşma fotoğrafı yayınlanmıştır. Konuşma zamanı Kırım Türklerine de dokunan Cumhurbaşkanı Ahıskalı Türklerin sürgünü tarihine de değinmiştir. Bu konuşma Ahıskalı Türkler tarafından bir değer verilme etmeni olarak karşılanmış ve farklı sosyal medya vasıtalarında olduğu DATUB Twitter sayfasında da paylaşılmıştır.

DATUB Twitter sayfasında 24 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Ahıskalı Türklerle ilgili ifadeleri yer almaktadır. Cumhurbaşkanının fotoğrafı ile birlikte yapılan paylaşımda "Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan Ermeni meselesi mesajı: "Ahıska Türklerini trenlerle ölüme gönderenleri unutmadık, unutmayacağız" haber başlığı kullanılmıştır.

24 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yapılan paylaşımda DATUB Genel başkanının Ermeni yalanlarına karşı bildirisi yayınlanmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Ermeni Soykırımı Yalanlarına Karşı Bildirisi" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Sayfada 24 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise DATUB olarak Cumhurbaşkanının konuşmasından dolayı teşekkür mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanının kürsüde konuşması üzerinde "DATUB olarak tüm Ahıska Türkleri adına Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'a, yaptığı konuşmadan ve desteklerinden dolayı çok teşekkür ederiz" başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	24 Nisan 2019	0 paylaşım	4 Paylaşım	0 Paylaşım	5 Paylaşım	1 Paylaşım	4 Paylaşım
Genel Toplam:	14 Paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 24 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 14 kez paylaşım yapılmıştır.

En çok paylaşım Politik Bakış Açısının Sunumu başlığı altında 5 kez, Dini Bakışın Sunumu başlığı altında ise her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

25 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak

					Sunumu		Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	25 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 25 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi habere rastlanmamıştır.

26 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	26 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 26 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi habere rastlanmamıştır.

27 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

DATUB Twitter sayfasında 27 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Erzincan'da muhtar seçilen Ahıskalı kız için sosyal medyada destek veren milletvekiline teşekkür mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Ilgi ve alakanız için teşekkür ederiz Sayın Vekilim" başlığı kullanılmıştır.

27 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında Erzincan'da muhtar seçilen Elvira Elisagil hakkında tebrik mesajı yayınlanmıştır. Fotoğrafla birlikte yapılan paylaşımda "Türkiye'nin Ilk Ahıskalı Kadın Muhtarı Oldu" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Twitter sayfasında 27 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Erzincan'da muhtar seçilen Ahıskalı kıza sosyal medyada destek veren milletvekiline teşekkür mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Ilgi ve alakanız için teşekkür ederiz Sayın Vekilim" başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

27 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında Erzincan'da muhtar seçilen Elvira Elisagil hakkında tebrik mesajı yayınlanmıştır. Fotoğrafla birlikte yapılan paylaşımda "Türkiye'nin Ilk Ahıskalı Kadın Muhtarı Oldu" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

27 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında Erzincan'da muhtar seçilen Elvira Elisagil hakkında tebrik mesajı yayınlanmıştır. Fotoğrafla birlikte yapılan paylaşımda "Türkiye'nin Ilk Ahıskalı Kadın Muhtarı Oldu" haber başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği	27 Nisan 2019	0 paylaşım	3 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	5 Paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 27 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında toplam 5 habere rastlanmıştır. Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 3 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı altında ise 2 kez paylaşım görülmüştür.

28 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Twitter sayfasında 28 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili gerçekleştirilen sergi ile ilgili fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Dünden Bugüne Ahıska Türkleri" fotoğraf sergisi Kayseri'de gerçekleşti" haber başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

DATUB Twitter sayfasında 28 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili gerçekleştirilen sergi ile ilgili fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Dünden Bugüne Ahıska Türkleri" fotoğraf sergisi Kayseri'de gerçekleşti" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

DATUB Twitter sayfasında 28 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili gerçekleştirilen sergi ile ilgili fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Dünden Bugüne Ahıska Türkleri" fotoğraf sergisi Kayseri'de gerçekleşti" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

DATUB Twitter sayfasında 28 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili gerçekleştirilen sergi ile ilgili fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Dünden Bugüne Ahıska Türkleri" fotoğraf sergisi Kayseri'de gerçekleşti" haber başlığı kullanılmıştır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

DATUB Twitter sayfasında 28 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili gerçekleştirilen sergi ile ilgili fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Dünden Bugüne Ahıska Türkleri" fotoğraf sergisi Kayseri'de gerçekleşti" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

DATUB Twitter sayfasında 28 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili gerçekleştirilen sergi ile ilgili fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Dünden Bugüne Ahıska Türkleri" fotoğraf sergisi Kayseri'de gerçekleşti" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

DATUB Twitter sayfasında 28 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kayseri'de Ahıskalı Türklerle ilgili gerçekleştirilen sergi ile ilgili fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda "Dünden Bugüne Ahıska Türkleri" fotoğraf sergisi Kayseri'de gerçekleşti" haber başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	28 Nisan 2019	0 paylaşım	1 Paylaşım	2 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	7 paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 28 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında toplamda 7 kez paylaşıma rastlanmıştır. En çok paylaşımların Milli ve Aidiyetin Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıkları altında 2 kez yapıldığı görülmüştür.

29 Nisan 2019

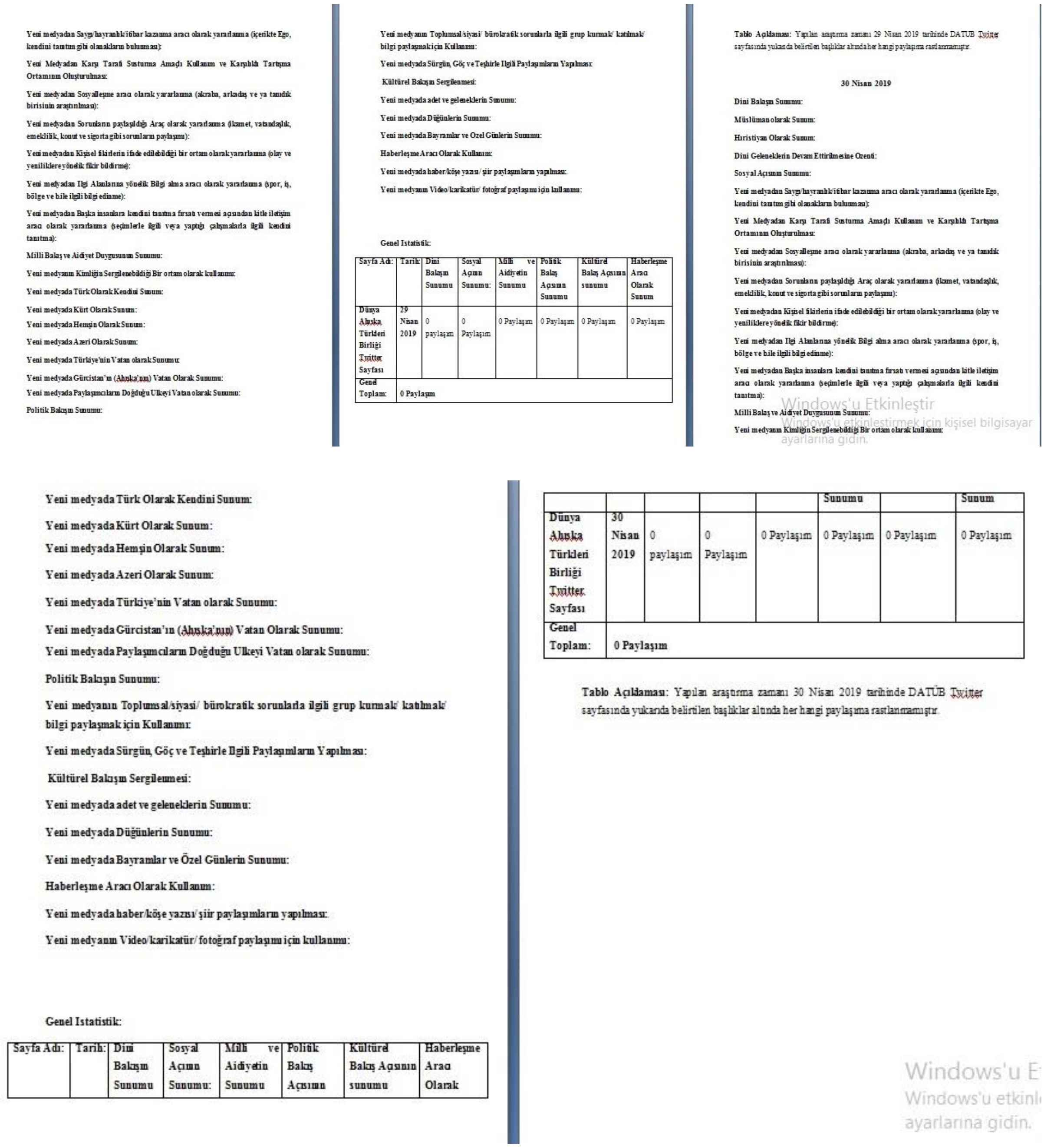
Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:


Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	29 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 Paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 29 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar altında her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

30 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açısının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Twitter Sayfası	30 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 Paylaşım						

Tablo Açıklaması: Yapılan araştırma zamanı 30 Nisan 2019 tarihinde DATUB Twitter sayfasında yukarıda belirtilen başlıklar altında her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

Şekil: 95 "Dünya Ahıska Türkleri Birliği" Resmi Twitter Sayfasının 1 – 30 Nisan 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Takip Göstergeleri

“Ahıska” Twitter Sayfasının 1 – 30 Nisan 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Takip Göstergesi

AHISKA Twitter Sayfası 1-30 Nisan Tarihleri Arasında Günlük Takibi

1 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	1 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 1 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde herhangi paylaşıma rastlanmamıştır.

2 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

2 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan araştırma zamanı sürgün ile ilgili paylaşıma rastlanmıştır. “İnsanları kandırmaya gerek yok” başlığı ile yapılan paylaşımda sürgün ve göç konusunda araştırma yapan kişilere atıfla bulunarak, tazminat davalarının talebi konusunda insanların verilen bilgilerin hiçbir değeri olmadığı kaydedilmiştir. Paylaşımda her ne kadar bilgi verilmeye çalışılsa da, birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamı oluşturulmuştur.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

2 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan araştırma zamanı sürgün ile ilgili paylaşıma rastlanmıştır. “İnsanları kandırmaya gerek yok” başlığı ile yapılan paylaşımda sürgün ve göç konusunda araştırma yapan kişilere atıfla bulunarak, tazminat davalarının talebi konusunda insanların verilen bilgilerin hiçbir değeri olmadığı kaydedilmiştir. Paylaşımda her ne kadar bilgi verilmeye çalışılsa da, birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamı oluşturulmuştur.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	2 Nisan 2019	0 paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	2 paylaşım						

Yapılan araştırma zamanı 2 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında Sosyal Açının Sunumu ve Politik Balaş Açısının Sunumu başlıklarının her birinde 1 kez haber paylaşımı yapılmıştır. Toplamda sayfada 2 Nisan 2019 tarihinde yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde 2 kez paylaşıma rastlanmıştır.

3 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	3 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 3 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde herhangi paylaşıma rastlanmamıştır.

4 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak

					Sunumu		Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	4 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 4 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

5 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	5 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 5 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

6 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	6 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 6 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

7 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	7 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 7 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

8 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	8 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım

Genel Toplam:	**0 paylaşım**

Ahıska Twitter sayfasında 8 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

9 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Ahıska Twitter sayfasında 9 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nde görevden alınan kişiler hakkında iddiada bulunulmuştur. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB'de görevden alınan isimler" başlığı kullanılmış ve iddia edilen kişilerin listesi yayınlanmıştır. Bu paylaşımla birileri tartışma ortamına sokulmaya çalışılmıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 9 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'ne karşı açılan mahkeme davasından bahsedilmektedir. Yapılan paylaşımda "Islam beyin DATUB'e karşı açtığı davada mahkemenin verdiği karar" başlığı kullanılmıştır. Net isim verilmekle birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamı oluşturulmuştur.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Ahıska Twitter sayfasında 9 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nde görevden alınan kişiler hakkında iddiada bulunulmuştur. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB'de görevden alınan isimler" başlığı kullanılmış ve iddia edilen kişilerin listesi yayınlanmıştır. Bu paylaşımla birileri tartışma ortamına sokulmaya çalışılmıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 9 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'ne karşı açılan mahkeme davasından bahsedilmektedir. Yapılan paylaşımda "Islam beyin DATUB'e karşı açtığı davada mahkemenin verdiği karar" başlığı kullanılmıştır. Net isim verilmekle birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamı oluşturulmuştur.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Ahıska Twitter sayfasında 9 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nde görevden alınan kişiler hakkında iddiada bulunulmuştur. Sayfada yapılan paylaşımda "DATUB'de görevden alınan isimler" başlığı kullanılmış ve iddia edilen kişilerin listesi yayınlanmıştır. Bu paylaşımla birileri tartışma ortamına sokulmaya çalışılmıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 9 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'ne karşı açılan mahkeme davasından bahsedilmektedir. Yapılan paylaşımda "Islam beyin DATUB'e karşı açtığı davada mahkemenin verdiği karar" başlığı kullanılmıştır. Net isim verilmekle birileri susturulmaya çalışılmış veya tartışma ortamı oluşturulmuştur.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	9 Nisan 2019	0 paylaşım	4 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	2 Paylaşım

Genel Toplam:	**6 paylaşım**

Ahıska Twitter sayfasının 9 Nisan 2019 tarihli paylaşımları incelendiği zaman toplamda 6 paylaşıma rastlanmıştır. Yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde yapılan araştırma zamanı Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 4 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı altında ise 2 kez haber paylaşımına rastlanmıştır.

10 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	10 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	**0 paylaşım**						

Ahıska Twitter sayfasında 10 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

11 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	11 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	**0 paylaşım**						

Ahıska Twitter sayfasında 11 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

12 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Ahıska Twitter sayfasında 12 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda yapılacak canlı yayın hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Bu gün(12 Nisan cuma) saat 21.30'da sayfamızda canlı yayın yapılacaktır" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşım vasıtasıyla sayfadan izleyiciler canlı yayına yönlendirilmiştir.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

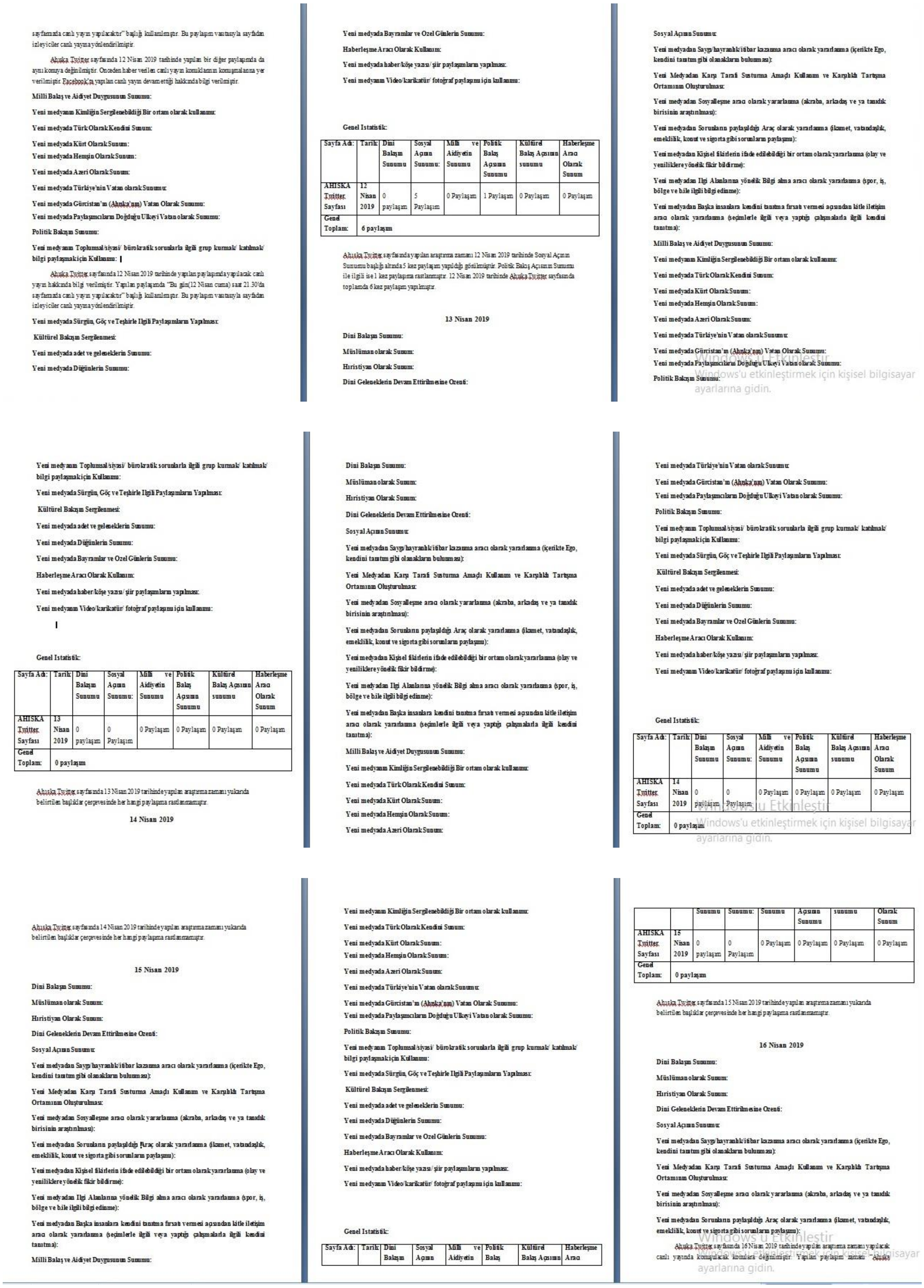
Ahıska Twitter sayfasında 12 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda yapılacak canlı yayın hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Bu gün(12 Nisan cuma) saat 21.30'da sayfamızda canlı yayın yapılacaktır" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşım vasıtasıyla sayfadan izleyiciler canlı yayına yönlendirilmiştir.

Ahıska Twitter sayfasında 12 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda da aynı konuya değinilmiştir. Onceden haber verilen canlı yayın konuklarının konuşmalarına yer verilmiştir. Facebook'ta yapılan canlı yayın devam ettiği hakkında bilgi verilmiştir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Ahıska Twitter sayfasında 12 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda yapılacak canlı yayın hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Bu gün(12 Nisan cuma) saat 21.30'da



sayfamızda canlı yayın yapılacaktır" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşım vasıtasıyla sayfadan izleyiciler canlı yayına yönlendirilmiştir.

Ahıska Twitter sayfasında 12 Nisan 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda da aynı konuya değinilmiştir. Önceden haber verilen canlı yayın konuklarının konuşmalarına yer verilmiştir. Facebook'ta yapılan canlı yayın devam ettiği hakkında bilgi verilmiştir.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Ahıska Twitter sayfasında 12 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda yapılacak canlı yayın hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "Bu gün(12 Nisan cuma) saat 21.30'da sayfamızda canlı yayın yapılacaktır" başlığı kullanılmıştır. Bu paylaşım vasıtasıyla sayfadan izleyiciler canlı yayına yönlendirilmiştir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	12 Nisan 2019	0 paylaşım	5 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	6 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında yapılan araştırma zamanı 12 Nisan 2019 tarihinde Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 5 kez paylaşım yapıldığı görülmüştür. Politik Bakış Açısının Sunumu ile ilgili ise 1 kez paylaşıma rastlanmıştır. 12 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında toplamda 6 kez paylaşım yapılmıştır.

13 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	13 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 13 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

14 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	14 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 14 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

15 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	15 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 15 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

16 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

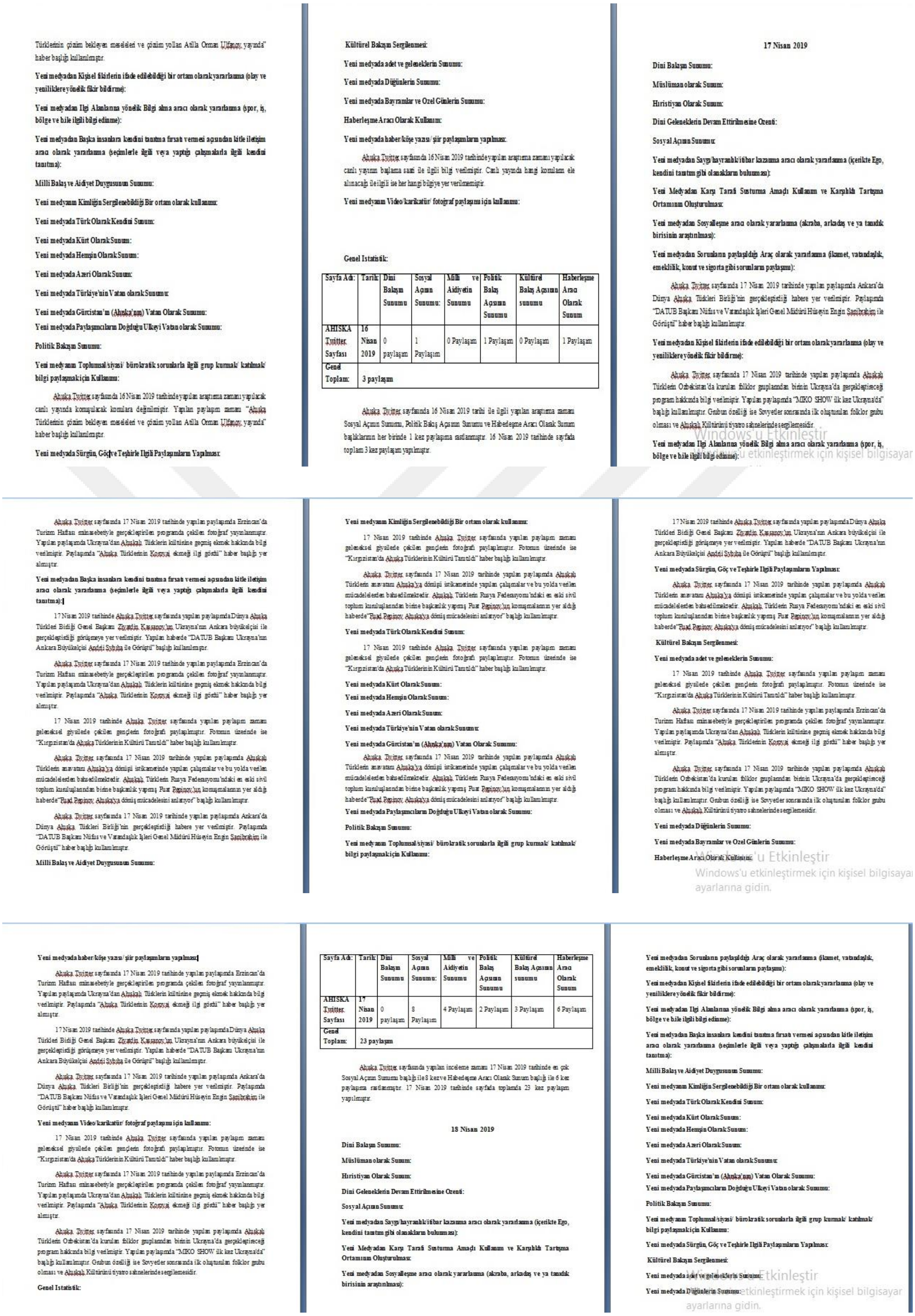
Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Ahıska Twitter sayfasında 16 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yapılacak canlı yayında konuşulacak konulara değinilmiştir. Yapılan paylaşım zamanı "Ahıska



Türklerinin çözüm bekleyen meseleleri ve çözüm yolları Atilla Orman Ulfanov yayında" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Ahıska Twitter sayfasında 16 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yapılacak canlı yayında konuşulacak konulara değinilmiştir. Yapılan paylaşım zamanı "Ahıska Türklerinin çözüm bekleyen meseleleri ve çözüm yolları Atilla Orman Ulfanov yayında" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Ahıska Twitter sayfasında 16 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yapılacak canlı yayının başlama saati ile ilgili bilgi verilmiştir. Canlı yayında hangi konuların ele alınacağı ile ilgili ise her hangi bilgiye yer verilmemiştir.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	16 Nisan 2019	0 paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	3 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 16 Nisan 2019 tarihi ile ilgili yapılan araştırma zamanı Sosyal Açının Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 1 kez paylaşıma rastlanmıştır. 16 Nisan 2019 tarihinde sayfada toplam 3 kez paylaşım yapılmıştır.

17 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozeni:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ankara'da Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin gerçekleştirdiği habere yer verilmiştir. Paylaşımda "DATUB Başkanı Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürü Hüseyin Engin Sarıibrahim ile Görüştü" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Ozbekistan'da kurulan folklor gruplarından birinin Ukrayna'da gerçekleştireceği program hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "MIKO SHOW ilk kez Ukrayna'da" başlığı kullanılmıştır. Grubun özelliği ise Sovyetler sonrasında ilk oluşturulan folklor grubu olması ve Ahıskalı Kültürünü tiyatro sahnelerinde sergilemesidir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Erzincan'da Turizm Haftası münasebetiyle gerçekleştirilen programda çekilen fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda Ukrayna'dan Ahıskalı Türklerin kültürüne geçmiş ekmek hakkında bilgi verilmiştir. Paylaşımda "Ahıska Türklerinin Korovai ekmeği ilgi gördü" haber başlığı yer almıştır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

17 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Genel Başkanı Ziyaddin Kassanov'un Ukrayna'nın Ankara büyükelçisi ile gerçekleştirdiği görüşmeye yer verilmiştir. Yapılan haberde "DATUB Başkanı Ukrayna'nın Ankara Büyükelçisi Andrii Sybiha ile Görüştü" başlığı kullanılmıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Erzincan'da Turizm Haftası münasebetiyle gerçekleştirilen programda çekilen fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda Ukrayna'dan Ahıskalı Türklerin kültürüne geçmiş ekmek hakkında bilgi verilmiştir. Paylaşımda "Ahıska Türklerinin Korovai ekmeği ilgi gördü" haber başlığı yer almıştır.

17 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşım zamanı geleneksel giysilerle çekilen gençlerin fotoğrafı paylaşılmıştır. Fotonun üzerinde ise "Kırgızistan'da Ahıska Türklerinin Kültürü Tanıtıldı" haber başlığı kullanılmıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin anavatanı Ahıska'ya dönüşü istikametinde yapılan çalışmalar ve bu yolda verilen mücadelelerden bahsedilmektedir. Ahıskalı Türklerin Rusya Federasyonu'ndaki en eski sivil toplum kuruluşlarından birine başkanlık yapmış Fuat Papinov'un konuşmalarının yer aldığı haberde "Fuad Papinov Ahıska'ya dönüş mücadelesini anlatıyor" başlığı kullanılmıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ankara'da Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin gerçekleştirdiği habere yer verilmiştir. Paylaşımda "DATUB Başkanı Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürü Hüseyin Engin Sarıibrahim ile Görüştü" haber başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

17 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşım zamanı geleneksel giysilerle çekilen gençlerin fotoğrafı paylaşılmıştır. Fotonun üzerinde ise "Kırgızistan'da Ahıska Türklerinin Kültürü Tanıtıldı" haber başlığı kullanılmıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin anavatanı Ahıska'ya dönüşü istikametinde yapılan çalışmalar ve bu yolda verilen mücadelelerden bahsedilmektedir. Ahıskalı Türklerin Rusya Federasyonu'ndaki en eski sivil toplum kuruluşlarından birine başkanlık yapmış Fuat Papinov'un konuşmalarının yer aldığı haberde "Fuad Papinov Ahıska'ya dönüş mücadelesini anlatıyor" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

17 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşım zamanı geleneksel giysilerle çekilen gençlerin fotoğrafı paylaşılmıştır. Fotonun üzerinde ise "Kırgızistan'da Ahıska Türklerinin Kültürü Tanıtıldı" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin anavatanı Ahıska'ya dönüşü istikametinde yapılan çalışmalar ve bu yolda verilen mücadelelerden bahsedilmektedir. Ahıskalı Türklerin Rusya Federasyonu'ndaki en eski sivil toplum kuruluşlarından birine başkanlık yapmış Fuat Papinov'un konuşmalarının yer aldığı haberde "Fuad Papinov Ahıska'ya dönüş mücadelesini anlatıyor" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

17 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Genel Başkanı Ziyaddin Kassanov'un Ukrayna'nın Ankara büyükelçisi ile gerçekleştirdiği görüşmeye yer verilmiştir. Yapılan haberde "DATUB Başkanı Ukrayna'nın Ankara Büyükelçisi Andrii Sybiha ile Görüştü" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin anavatanı Ahıska'ya dönüşü istikametinde yapılan çalışmalar ve bu yolda verilen mücadelelerden bahsedilmektedir. Ahıskalı Türklerin Rusya Federasyonu'ndaki en eski sivil toplum kuruluşlarından birine başkanlık yapmış Fuat Papinov'un konuşmalarının yer aldığı haberde "Fuad Papinov Ahıska'ya dönüş mücadelesini anlatıyor" başlığı kullanılmıştır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

17 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşım zamanı geleneksel giysilerle çekilen gençlerin fotoğrafı paylaşılmıştır. Fotonun üzerinde ise "Kırgızistan'da Ahıska Türklerinin Kültürü Tanıtıldı" haber başlığı kullanılmıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Erzincan'da Turizm Haftası münasebetiyle gerçekleştirilen programda çekilen fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda Ukrayna'dan Ahıskalı Türklerin kültürüne geçmiş ekmek hakkında bilgi verilmiştir. Paylaşımda "Ahıska Türklerinin Korovai ekmeği ilgi gördü" haber başlığı yer almıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Ozbekistan'da kurulan folklor gruplarından birinin Ukrayna'da gerçekleştireceği program hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "MIKO SHOW ilk kez Ukrayna'da" başlığı kullanılmıştır. Grubun özelliği ise Sovyetler sonrasında ilk oluşturulan folklor grubu olması ve Ahıskalı Kültürünü tiyatro sahnelerinde sergilemesidir.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Erzincan'da Turizm Haftası münasebetiyle gerçekleştirilen programda çekilen fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda Ukrayna'dan Ahıskalı Türklerin kültürüne geçmiş ekmek hakkında bilgi verilmiştir. Paylaşımda "Ahıska Türklerinin Korovai ekmeği ilgi gördü" haber başlığı yer almıştır.

17 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği Genel Başkanı Ziyaddin Kassanov'un Ukrayna'nın Ankara büyükelçisi ile gerçekleştirdiği görüşmeye yer verilmiştir. Yapılan haberde "DATUB Başkanı Ukrayna'nın Ankara Büyükelçisi Andrii Sybiha ile Görüştü" başlığı kullanılmıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ankara'da Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin gerçekleştirdiği habere yer verilmiştir. Paylaşımda "DATUB Başkanı Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürü Hüseyin Engin Sarıibrahim ile Görüştü" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

17 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşım zamanı geleneksel giysilerle çekilen gençlerin fotoğrafı paylaşılmıştır. Fotonun üzerinde ise "Kırgızistan'da Ahıska Türklerinin Kültürü Tanıtıldı" haber başlığı kullanılmıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Erzincan'da Turizm Haftası münasebetiyle gerçekleştirilen programda çekilen fotoğraf yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda Ukrayna'dan Ahıskalı Türklerin kültürüne geçmiş ekmek hakkında bilgi verilmiştir. Paylaşımda "Ahıska Türklerinin Korovai ekmeği ilgi gördü" haber başlığı yer almıştır.

Ahıska Twitter sayfasında 17 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin Ozbekistan'da kurulan folklor gruplarından birinin Ukrayna'da gerçekleştireceği program hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda "MIKO SHOW ilk kez Ukrayna'da" başlığı kullanılmıştır. Grubun özelliği ise Sovyetler sonrasında ilk oluşturulan folklor grubu olması ve Ahıskalı Kültürünü tiyatro sahnelerinde sergilemesidir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	17 Nisan 2019	0 paylaşım	8 Paylaşım	4 Paylaşım	2 Paylaşım	3 Paylaşım	6 Paylaşım
Genel Toplam:	23 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında yapılan inceleme zamanı 17 Nisan 2019 tarihinde en çok Sosyal Açının Sunumu başlığı ile 8 kez ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı ile 6 kez paylaşıma rastlanmıştır. 17 Nisan 2019 tarihinde sayfada toplamda 23 kez paylaşım yapılmıştır.

18 Nisan 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozeni:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balış Açısının Sunumu	Kültürel Balış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	18 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 18 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

19 Nisan 2019

Dini Balışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Balışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balış Açısının Sunumu	Kültürel Balış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA	19 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 19 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

20 Nisan 2019

Dini Balışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

20 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Ahıska'ya komşu Ardahan'da ikamet edenler hakkında öğretmen tarafından kaleme alınan bir yazıdan bahsedilmiştir. Birilerinin susturulmaya çalışıldığı veya tartışma ortamını oluşturan bu yazıda "FITO... Birkaç gün önce yazdığım yazıda Karslı bir öğretmenin Posofiular hakkındaki yargılarından bahsetmiştim" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

20 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Ahıska'ya komşu Ardahan'da ikamet edenler hakkında öğretmen tarafından kaleme alınan bir yazıdan bahsedilmiştir. Birilerinin susturulmaya çalışıldığı veya tartışma ortamını oluşturan bu yazıda "FITO... Birkaç gün önce yazdığım yazıda Karslı bir öğretmenin Posofiular hakkındaki yargılarından bahsetmiştim" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

20 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Ahıska'ya komşu Ardahan'da ikamet edenler hakkında öğretmen tarafından kaleme alınan bir yazıdan bahsedilmiştir. Birilerinin susturulmaya çalışıldığı veya tartışma ortamını oluşturan bu yazıda "FITO... Birkaç gün önce yazdığım yazıda Karslı bir öğretmenin Posofiular hakkındaki yargılarından bahsetmiştim" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

20 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Ahıska'ya komşu Ardahan'da ikamet edenler hakkında öğretmen tarafından kaleme alınan bir yazıdan bahsedilmiştir. Birilerinin susturulmaya çalışıldığı veya tartışma ortamını oluşturan bu yazıda "FITO... Birkaç gün önce yazdığım yazıda Karslı bir öğretmenin Posofiular hakkındaki yargılarından bahsetmiştim" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

20 Nisan 2019 tarihinde Ahıska Twitter sayfasında yapılan paylaşımda Ahıska'ya komşu Ardahan'da ikamet edenler hakkında öğretmen tarafından kaleme alınan bir yazıdan bahsedilmiştir. Birilerinin susturulmaya çalışıldığı veya tartışma ortamını oluşturan bu yazıda "FITO... Birkaç gün önce yazdığım yazıda Karslı bir öğretmenin Posofiular hakkındaki yargılarından bahsetmiştim" başlığı kullanılmıştır .

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balış Açısının Sunumu	Kültürel Balış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA	20 Nisan 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	5 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında yapılan araştırma zamanı 20 Nisan 2019 tarihinde sayfada toplam 5 kez yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde paylaşıma rastlanmıştır. Sayfada en çok 2 kez olmakla Sosyal Açının Sunumu başlığı altında paylaşım yapılmıştır.

21 Nisan 2019

Dini Balışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balış Açısının Sunumu	Kültürel Balış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA	21 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 21 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

22 Nisan 2019

Dini Balışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	22 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	**0 paylaşım**						

Ahıska Twitter sayfasında 22 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

23 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Ahıska Twitter sayfasında 23 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalıların Tarihi ile ilgili yazı yer almaktadır. Paylaşımda "Ahıskalıların Hafızasına Çiviyle Yazılan Tarih" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Ahıska Twitter sayfasında 23 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalıların Tarihi ile ilgili yazı yer almaktadır. Paylaşımda "Ahıskalıların Hafızasına Çiviyle Yazılan Tarih" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Ahıska Twitter sayfasında 23 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalıların Tarihi ile ilgili yazı yer almaktadır. Paylaşımda "Ahıskalıların Hafızasına Çiviyle Yazılan Tarih" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Ahıska Twitter sayfasında 23 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalıların Tarihi ile ilgili yazı yer almaktadır. Paylaşımda "Ahıskalıların Hafızasına Çiviyle Yazılan Tarih" başlığı kullanılmıştır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Ahıska Twitter sayfasında 23 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Ahıskalıların Tarihi ile ilgili yazı yer almaktadır. Paylaşımda "Ahıskalıların Hafızasına Çiviyle Yazılan Tarih" başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	23 Nisan 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	**5 paylaşım**						

Ahıska Twitter sayfasında yapılan araştırma zamanı 23 Nisan 2019 tarihinde en çok 2 kez olmakla Sosyal Açının Sunumu başlığı altında paylaşım yapıldığına rastlanmıştır. 23 Nisan tarihinde sayfada toplamda 5 kez paylaşım yapılmıştır.

24 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Ahıska Twitter sayfasında 24 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 24 Nisan ermeni meseleleri ile ilgili konuşmasına yer verilmiştir. Erdoğan'ın bu konuşmasında Ahıskalı Türklerin sürgününe dokunarak destek verilecekse böyle toplumlara yardım edilmesi ifade edilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Cumhurbaşkanımızdan Ahıska Türkleri Mesajı" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Ahıska Twitter sayfasında 24 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 24 Nisan ermeni meseleleri ile ilgili konuşmasına yer verilmiştir. Erdoğan'ın bu konuşmasında Ahıskalı Türklerin sürgününe dokunarak destek verilecekse böyle toplumlara yardım edilmesi ifade edilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Cumhurbaşkanımızdan Ahıska Türkleri Mesajı" haber başlığı kullanılmıştır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Ahıska Twitter sayfasında 24 Nisan 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 24 Nisan ermeni meseleleri ile ilgili konuşmasına yer verilmiştir. Erdoğan'ın bu konuşmasında Ahıskalı Türklerin sürgününe dokunarak destek verilecekse böyle toplumlara yardım edilmesi ifade edilmiştir. Sayfada yapılan paylaşımda "Cumhurbaşkanımızdan Ahıska Türkleri Mesajı" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	24 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	**3 paylaşım**						

Ahıska Twitter sayfasında yapılan araştırma zamanı 24 Nisan 2019 tarihinde yukarıda belirtilen başlıklar içerisinde Politik Bakış Açısının Sunumu konusunda 2 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı altında ise 1 kez olmakla toplamda 3 kez haber paylaşımına rastlanmıştır.

25 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	25 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 25 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

26 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	26 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 26 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

27 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA Twitter Sayfası	27 Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 27 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

28 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
AHISKA	28						
Twitter Sayfası	Nisan 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

Ahıska Twitter sayfasında 28 Nisan 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

29 Nisan 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

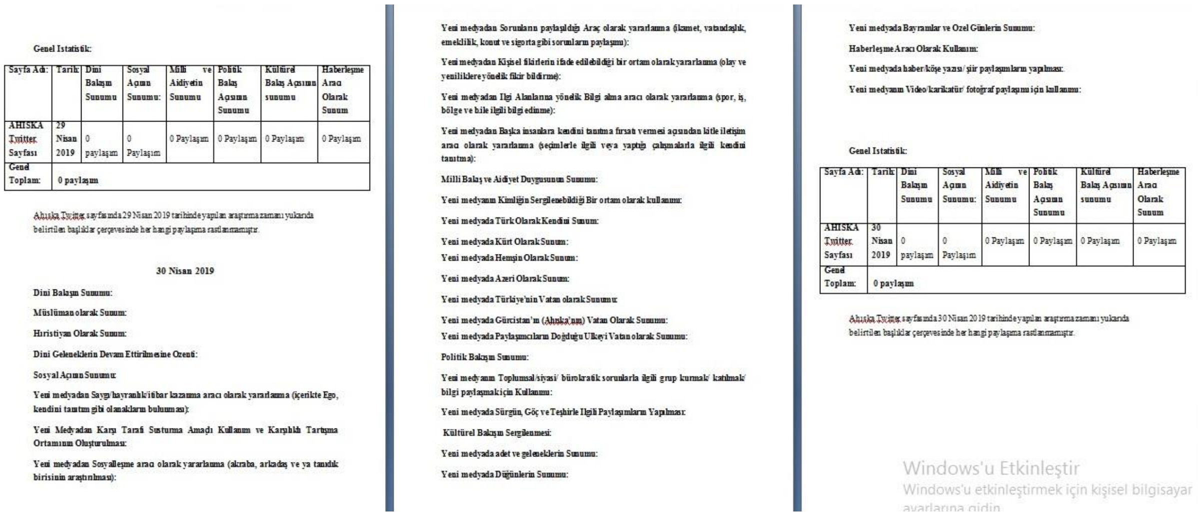
Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

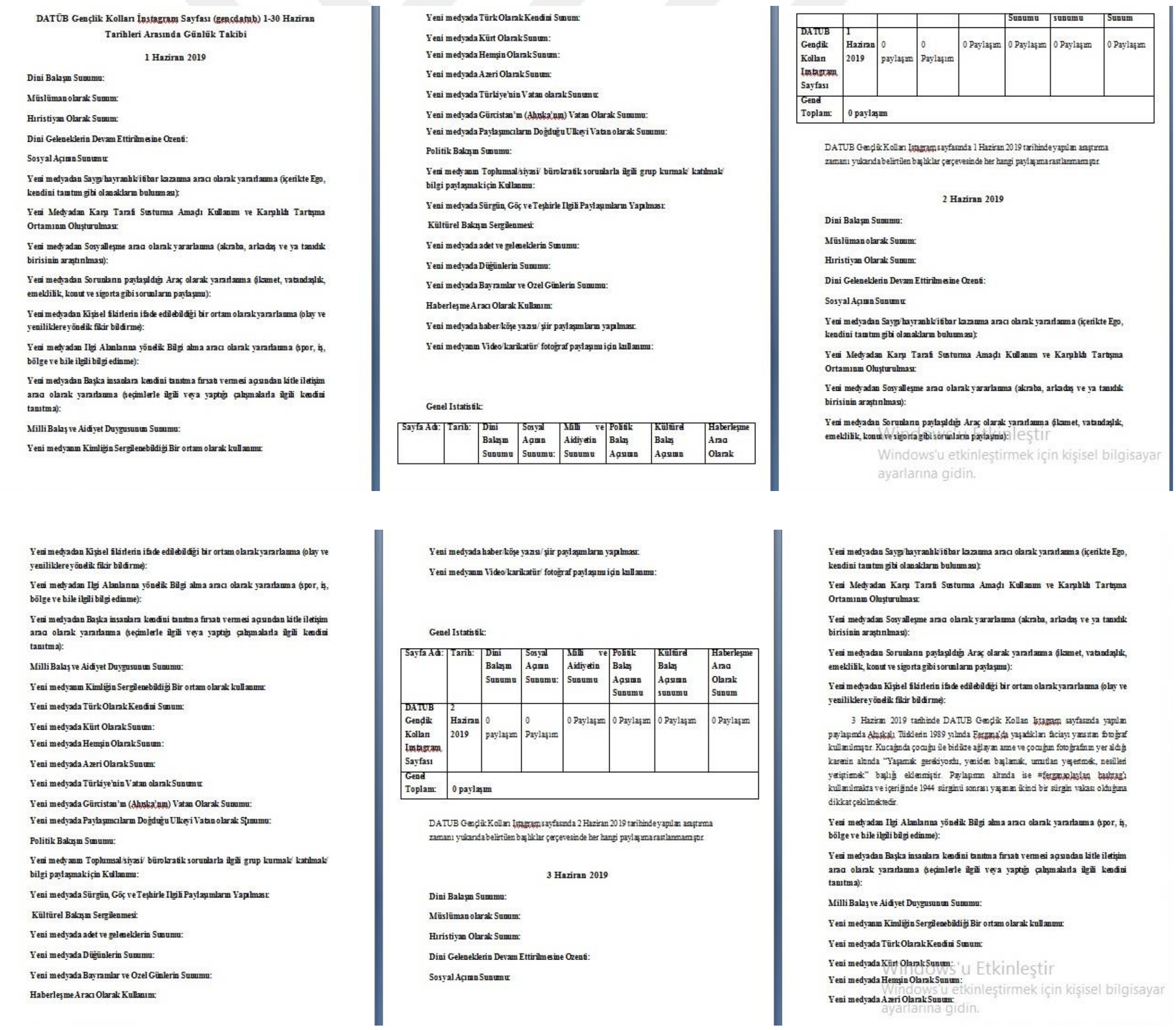
Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:



Şekil: 96 “Ahıska” Twitter Sayfasının 1 – 30 Nisan 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Takip Göstergeleri

“DATÜB Gençlik Kolları” İnstagram Sayfasının 1 – 30 Haziran 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Takip Göstergesi



Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

3 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin 1989 yılında Fergana'da yaşadıkları faciayı yansıtan fotoğraf kullanılmıştır. Kucağında çocuğu ile birlikte ağlayan anne ve çocuğun fotoğrafının yer aldığı karenin altında "Yaşamak gerekiyordu, yeniden başlamak, umutları yeşertmek, nesilleri yetiştirmek" başlığı eklenmiştir. Paylaşımın altında ise #ferganaolayları hashtag'ı kullanılmakta ve içeriğinde 1944 sürgünü sonrası yaşanan ikinci bir sürgün vakası olduğuna dikkat çekilmektedir.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

3 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan paylaşımda Ahıskalı Türklerin 1989 yılında Fergana'da yaşadıkları faciayı yansıtan fotoğraf kullanılmıştır. Kucağında çocuğu ile birlikte ağlayan anne ve çocuğun fotoğrafının yer aldığı karenin altında "Yaşamak gerekiyordu, yeniden başlamak, umutları yeşertmek, nesilleri yetiştirmek" başlığı eklenmiştir. Paylaşımın altında ise #ferganaolayları hashtag'ı kullanılmakta ve içeriğinde 1944 sürgünü sonrası yaşanan ikinci bir sürgün vakası olduğuna dikkat çekilmektedir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	3 Haziran 2019	0 paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	3 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında 3 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı toplamda 3 kez paylaşım yapıldığına rastlanmaktadır. Sosyal Açının Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 1 kez paylaşımın yapıldığı görülmektedir.

4 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

4 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan paylaşım zamanı Ramazan Bayramı tebrik mesajı yayınlanmıştır. Fotoğrafla birlikte yapılan paylaşım zamanı "Yılın en tatlı zamanı Ramazan Bayramı Kutlu olsun" başlığı kullanılmıştır.

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

4 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan paylaşım zamanı Ramazan Bayramı tebrik mesajı yayınlanmıştır. Fotoğrafla birlikte yapılan paylaşım zamanı "Yılın en tatlı zamanı Ramazan Bayramı Kutlu olsun" başlığı kullanılmıştır.

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

4 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan paylaşım zamanı Ramazan Bayramı tebrik mesajı yayınlanmıştır. Fotoğrafla birlikte yapılan paylaşım zamanı "Yılın en tatlı zamanı Ramazan Bayramı Kutlu olsun" başlığı kullanılmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

4 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan paylaşım zamanı Ramazan Bayramı tebrik mesajı yayınlanmıştır. Fotoğrafla birlikte yapılan paylaşım zamanı "Yılın en tatlı zamanı Ramazan Bayramı Kutlu olsun" başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	4 Haziran 2019	2 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	4 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında 4 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 4 kez paylaşıma rastlanmaktadır. Dini Bakışın Sunumu başlığı altında 2, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde ise 1 kez paylaşımın yapıldığı görülmektedir.

5 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	5 Haziran 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında 5 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

6 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

6 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan araştırma zamanı Kırgızistan'da Ahıskalı ve Kırgız ailelerin arasında çıkan tatsız olaylarla ilgili açıklama yayınlanmaktadır. Bayram namazı çıkışında ortaya çıkan olayların araştırılması ve yatıştırılması ile ilgili Dünya Ahıska Türkleri Birliği Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un attığı adımlardan bahsedilmektedir. Olaylarla ilgili yapılan paylaşımda "Kırgızistan'da meydana gelen üzücü olaylarla ilgili zaruri açıklama" başlığı kullanılmaktadır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

6 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan araştırma zamanı Kırgızistan'da Ahıskalı ve Kırgız ailelerin arasında çıkan tatsız olaylarla ilgili açıklama yayınlanmaktadır. Bayram namazı çıkışında ortaya çıkan olayların araştırılması ve yatıştırılması ile ilgili Dünya Ahıska Türkleri Birliği Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un attığı adımlardan bahsedilmektedir. Olaylarla ilgili yapılan paylaşımda "Kırgızistan'da meydana gelen üzücü olaylarla ilgili zaruri açıklama" başlığı kullanılmaktadır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

6 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan araştırma zamanı Kırgızistan'da Ahıskalı ve Kırgız ailelerin arasında çıkan tatsız olaylarla ilgili açıklama yayınlanmaktadır. Bayram namazı çıkışında ortaya çıkan olayların araştırılması ve yatıştırılması ile ilgili Dünya Ahıska Türkleri Birliği Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un attığı adımlardan bahsedilmektedir. Olaylarla ilgili yapılan paylaşımda "Kırgızistan'da meydana gelen üzücü olaylarla ilgili zaruri açıklama" başlığı kullanılmaktadır.

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

6 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan araştırma zamanı Kırgızistan'da Ahıskalı ve Kırgız ailelerin arasında çıkan tatsız olaylarla ilgili açıklama yayınlanmaktadır. Bayram namazı çıkışında ortaya çıkan olayların araştırılması ve yatıştırılması ile ilgili Dünya Ahıska Türkleri Birliği Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un attığı adımlardan bahsedilmektedir. Olaylarla ilgili yapılan paylaşımda

"Kırgızistan'da meydana gelen üzücü olaylada ilgili zaruri açıklama" başlığı kullanılmaktadır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

6 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan araştırma zamanı Kırgızistan'da Ahıskalı ve Kırgız ailelerin arasında çıkan tatsız olaylarla ilgili açıklama yayınlanmaktadır. Bayram namazı çıkışında ortaya çıkan olayların araştırılması ve yatıştırılması ile ilgili Dünya Ahıska Türkleri Birliği Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un attığı adımlardan bahsedilmektedir. Olaylada ilgili yapılan paylaşımda "Kırgızistan'da meydana gelen üzücü olaylada ilgili zaruri açıklama" başlığı kullanılmaktadır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	6 Haziran 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	5 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında 6 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 5 kez paylaşım yapılmıştır. Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 2, Milli Aidiyetin Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu ve son olarak Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde ise 1 kez paylaşımın yapıldığına rastlanmıştır.

7 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

7 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında (gencdatub) yapılan paylaşım Cuma mesajı içermektedir. Kuran'dan bir ayet ile yapılan paylaşımda "Hayırlı Cumalar" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda kullanılan fotoğrafta DATUB logosu kullanılmıştır.

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

7 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında (gencdatub) yapılan paylaşım Cuma mesajı içermektedir. Kuran'dan bir ayet ile yapılan paylaşımda "Hayırlı Cumalar" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda kullanılan fotoğrafta DATUB logosu kullanılmıştır.

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

7 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında (gencdatub) yapılan paylaşım Cuma mesajı içermektedir. Kuran'dan bir ayet ile yapılan paylaşımda "Hayırlı Cumalar" başlığı kullanılmıştır. Paylaşımda kullanılan fotoğrafta DATUB logosu kullanılmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	7 Haziran 2019	2 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	3 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 7 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 3 kez paylaşım yapılmıştır. Dini Bakışın Sunumu başlığı altında 2, Kültürel Bakış Açısının Sunumu başlığı altında ise 1 kez paylaşıma rastlanmıştır.

8 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 8 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşım zamanı Atatürk Universitesi rektörü ile gerçekleştirilen görüş hakkında bilgi yayınlanmıştır. Paylaşılan fotoğrafın altında "DATUB Gençlik Kolları Atatürk Universitesi Rektörünü ziyaret etti" haber başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 8 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşım zamanı Atatürk Universitesi rektörü ile gerçekleştirilen görüş hakkında bilgi yayınlanmıştır. Paylaşılan fotoğrafın altında "DATUB Gençlik Kolları Atatürk Universitesi Rektörünü ziyaret etti" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	8 Haziran 2019	0 paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	2 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 8 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 2 kez paylaşıma rastlanmaktadır. Sosyal Açının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 1 kez paylaşım saptanmaktadır.

9 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

9 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan araştırma zamanı Türkiye Milli Takımının Fransa'yı futbol müsabakasında mağlup etmesi haberinin paylaşıldığı görülmüştür. Türkiye'yi vatan olarak kabul eden Ahıskalıların sporda bile Türkiye'yi destekledikleri görülmektedir. Milli Takımın galibiyet fotosunu da içeren paylaşımda "2020 Avrupa Şampiyonası grup elemelerinde 2018 Dünya Şampiyonu Fransa'yı mağlup eden A Milli Takımımızı yürekten kutluyoruz" mesajı yayınlanmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

9 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan araştırma zamanı Türkiye Milli Takımının Fransa'yı futbol müsabakasında mağlup etmesi haberinin paylaşıldığı görülmüştür. Türkiye'yi vatan olarak kabul eden Ahıskalıların sporda bile Türkiye'yi destekledikleri görülmektedir. Milli Takımın galibiyet fotosunu da içeren paylaşımda "2020 Avrupa Şampiyonası grup elemelerinde 2018 Dünya Şampiyonu Fransa'yı mağlup eden A Milli Takımımızı yürekten kutluyoruz" mesajı yayınlanmıştır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

9 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında yapılan araştırma zamanı Türkiye Milli Takımının Fransa'yı futbol müsabakasında mağlup etmesi haberinin paylaşıldığı görülmüştür. Türkiye'yi vatan olarak kabul eden Ahıskalıların sporda bile Türkiye'yi destekledikleri görülmektedir. Milli Takımın galibiyet fotosunu da içeren paylaşımda "2020 Avrupa Şampiyonası grup elemelerinde 2018 Dünya Şampiyonu Fransa'yı mağlup eden A Milli Takımımızı yürekten kutluyoruz" mesajı yayınlanmıştır.

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

9 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları İstagram sayfasında yapılan araştırma zamanı Türkiye Milli Takımının Fransa'yı futbol müsabakasında mağlup etmesi haberinin paylaşıldığı görülmüştür. Türkiye'yi vatan olarak kabul eden Ahıskalıların sporda bile Türkiye'yi destekledikleri görülmektedir. Milli Takımın galibiyet fotosunu da içeren paylaşımda "2020 Avrupa Şampiyonası grup elemelerinde 2018 Dünya Şampiyonu Fransa'yı mağlup eden A Milli Takımımızı yürekten kutluyoruz" mesajı yayınlanmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	9 Haziran 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	4 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları İstagram sayfasında 9 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde 4 kez paylaşımın yapıldığı saptanmaktadır. Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 2, Milli ve Aidiyetin Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde ise 1 kez paylaşıma rastlanmaktadır.

10 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (İkamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik (DATUB) Kolları Instagram sayfasında 10 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kazakistan'ın yeni seçilen Cumhurbaşkanı Kasım Tokayev'in fotoğrafı yer almaktadır. DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un yeni seçilen Kazakistan Cumhurbaşkanı'nı tebrikinin yer aldığı paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Kazakistan Cumhurbaşkanlığı seçim sonuçları ile ilgili mesajı" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik (DATUB) Kolları Instagram sayfasında 10 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kazakistan'ın yeni seçilen Cumhurbaşkanı Kasım Tokayev'in fotoğrafı yer almaktadır. DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un yeni seçilen Kazakistan Cumhurbaşkanı'nı tebrikinin yer aldığı paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Kazakistan Cumhurbaşkanlığı seçim sonuçları ile ilgili mesajı" haber başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik (DATUB) Kolları Instagram sayfasında 10 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kazakistan'ın yeni seçilen Cumhurbaşkanı Kasım Tokayev'in fotoğrafı yer almaktadır. DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un yeni seçilen Kazakistan Cumhurbaşkanı'nı tebrikinin yer aldığı paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Kazakistan Cumhurbaşkanlığı seçim sonuçları ile ilgili mesajı" haber başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 10 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Kırgız yazar Cengiz Aytmatov'un vefatının 11.yılı ile ilgili fotoğraf yer almaktadır. Cengiz Aytmatov'un fotoğrafının yer aldığı paylaşımda DATUB Gençlik Kollarının logosu da bulunmaktadır. Yapılan paylaşımla Ahıska Türkleri ve Kırgız halkının kardeşliğinden ve ortak Türklük değerlerinden bahsedilmektedir.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik (DATUB) Kolları Instagram sayfasında 10 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kazakistan'ın yeni seçilen Cumhurbaşkanı Kasım Tokayev'in fotoğrafı yer almaktadır. DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un yeni seçilen Kazakistan Cumhurbaşkanı'nı tebrikinin yer aldığı paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Kazakistan Cumhurbaşkanlığı seçim sonuçları ile ilgili mesajı" haber başlığı kullanılmıştır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 10 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Kırgız yazar Cengiz Aytmatov'un vefatının 11.yılı ile ilgili fotoğraf yer almaktadır. Cengiz Aytmatov'un fotoğrafının yer aldığı paylaşımda DATUB Gençlik Kollarının logosu da bulunmaktadır. Yapılan paylaşımla Ahıska Türkleri ve Kırgız halkının kardeşliğinden ve ortak Türklük değerlerinden bahsedilmektedir.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik (DATUB) Kolları Instagram sayfasında 10 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kazakistan'ın yeni seçilen Cumhurbaşkanı Kasım Tokayev'in fotoğrafı yer almaktadır. DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un yeni seçilen Kazakistan Cumhurbaşkanı'nı tebrikinin yer aldığı paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Kazakistan Cumhurbaşkanlığı seçim sonuçları ile ilgili mesajı" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 10 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Kırgız yazar Cengiz Aytmatov'un vefatının 11.yılı ile ilgili fotoğraf yer almaktadır. Cengiz Aytmatov'un fotoğrafının yer aldığı paylaşımda DATUB Gençlik Kollarının logosu da bulunmaktadır. Yapılan paylaşımla Ahıska Türkleri ve Kırgız halkının kardeşliğinden ve ortak Türklük değerlerinden bahsedilmektedir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	10 Haziran 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	4 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	8 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 10 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 8 kez paylaşımın yapıldığı görülmektedir. Sosyal Açının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 2 kez, Milli ve Aidiyetin Sunumu başlığı altında ise 4 kez paylaşıma rastlanmaktadır. Diğer 3 başlık altında ise her hangi paylaşım yapılmamıştır.

11 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (İkamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 11 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Azerbaycan'da bir köyde ikamet eden Ahıskalı çocukların futbol turnuvasından çektirdikleri fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Şirinbey Köyü Okulunda Çocukları Koruma Günü kapsamında futbol turnuvası düzenlendi" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 11 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Azerbaycan'da bir köyde ikamet eden Ahıskalı çocukların futbol turnuvasından çektirdikleri fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Şirinbey Köyü Okulunda Çocukları Koruma Günü kapsamında futbol turnuvası düzenlendi" haber başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:



Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 11 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Azerbaycan'da bir köyde ikamet eden Ahıskalı çocukların futbol turnuvasından çektirdikleri fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Sirinbey Köyü Okulunda Çocukları Koruma Günü kapsamında futbol turnuvası düzenlendi" haber başlığı kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	11 Haziran 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	3 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 11 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 3 kez paylaşım yapıldığına rastlanmaktadır. Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 2 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı altında ise sadece 1 kez haber paylaşımının yapıldığı görülmektedir.

12 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

12 Haziran 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda DATUB Genel başkanı ile DATUB temsilcilerinin toplantı halindeyken çekilen fotoğrafı yayınlanmıştır. Yapılan bu paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov Kırgızistan'da" haber başlığı kullanılmıştır. Kassanov'un Kırgızistan'da Ahıskalı ve Kırgız aileler arasında çıkan olaylar nedeniyle Kırgızistan'a sefer ettiği vurgulanmaktadır.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

12 Haziran 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda DATUB Genel başkanı ile DATUB temsilcilerinin toplantı halindeyken çekilen fotoğrafı yayınlanmıştır. Yapılan bu paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov Kırgızistan'da" haber başlığı kullanılmıştır. Kassanov'un Kırgızistan'da Ahıskalı ve Kırgız aileler arasında çıkan olaylar nedeniyle Kırgızistan'a sefer ettiği vurgulanmaktadır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

12 Haziran 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda DATUB Genel başkanı ile DATUB temsilcilerinin toplantı halindeyken çekilen fotoğrafı yayınlanmıştır. Yapılan bu paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov Kırgızistan'da" haber başlığı kullanılmıştır. Kassanov'un Kırgızistan'da Ahıskalı ve Kırgız aileler arasında çıkan olaylar nedeniyle Kırgızistan'a sefer ettiği vurgulanmaktadır.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

12 Haziran 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda DATUB Genel başkanı ile DATUB temsilcilerinin toplantı halindeyken çekilen fotoğrafı yayınlanmıştır. Yapılan bu paylaşımda "DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov Kırgızistan'da" haber başlığı kullanılmıştır. Kassanov'un Kırgızistan'da Ahıskalı ve Kırgız aileler arasında çıkan olaylar nedeniyle Kırgızistan'a sefer ettiği vurgulanmaktadır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	12 Haziran 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	4 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında 12 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 4 kez paylaşım saptanmıştır. Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 2 kez. Politik Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her biri ile ilgili ise 1 kez paylaşım yapıldığına rastlanmıştır.

13 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Kırgız ve Ahıskalı öğrencilerle birlikte çekilen fotoğraf sergilenmektedir. "Bursa'da eğitim gören Kırgızistanlı ve Ahıskalı öğrenciler, DATUB Bursa ofisinde bir araya geldi" haber başlığı ile yapılan paylaşımda DATUB yöneticileri de yer almakta ve Ahıskalı ve Kırgız gençlerinin eğitim konusunda yapması gerekenler vurgulanmaktadır. Bununla birlikte Ahıskalı ve Kırgız halkının kardeşlik bağları hakkında da bilgi verilmektedir.

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

13 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer haberde ise Ahıska kalesi etrafında Ahıskalıların toplu bir şekilde çektirdikleri fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Ahıskalı Türkler vatanlarına hasret giderdi" haber başlığı kullanılmıştır. Bununla birlikte haberde Ahıskalı Türklerin köylerini de ziyaret ettikleri vurgulanmaktadır.

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Kırgız ve Ahıskalı öğrencilerle birlikte çekilen fotoğraf sergilenmektedir. "Bursa'da eğitim gören Kırgızistanlı ve Ahıskalı öğrenciler, DATUB Bursa ofisinde bir araya geldi" haber başlığı ile yapılan paylaşımda DATUB yöneticileri de yer almakta ve Ahıskalı ve Kırgız gençlerinin eğitim konusunda yapması gerekenler vurgulanmaktadır. Bununla birlikte Ahıskalı ve Kırgız halkının kardeşlik bağları hakkında da bilgi verilmektedir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

13 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer haberde ise Ahıska kalesi etrafında Ahıskalıların toplu bir şekilde çektirdikleri fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Ahıskalı Türkler vatanlarına hasret giderdi" haber başlığı kullanılmıştır. Bununla birlikte haberde Ahıskalı Türklerin köylerini de ziyaret ettikleri vurgulanmaktadır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cemil Meriç'in 32 ölüm yıldönümü ile ilgili içerik yer almaktadır. Cemil Meriç'in fotoğrafının yer aldığı paylaşımda DATUB logosu da yerleştirilmiştir.

13 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer haberde ise Ahıska kalesi etrafında Ahıskalıların toplu bir şekilde çektirdikleri fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Ahıskalı Türkler vatanlarına hasret giderdi" haber başlığı kullanılmıştır. Bununla birlikte haberde Ahıskalı Türklerin köylerini de ziyaret ettikleri vurgulanmaktadır.

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cemil Meriç'in 32 ölüm yıldönümü ile ilgili içerik yer almaktadır. Cemil Meriç'in fotoğrafının yer aldığı paylaşımda DATUB logosu da yerleştirilmiştir.

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Kırgız ve Ahıskalı öğrencilerle birlikte çekilen fotoğraf sergilenmektedir. "Bursa'da eğitim gören Kırgızistanlı ve Ahıskalı öğrenciler, DATUB Bursa ofisinde bir araya geldi" haber başlığı ile yapılan paylaşımda DATUB yöneticileri de yer almakta ve Ahıskalı ve Kırgız gençlerinin eğitim konusunda yapması gerekenler vurgulanmaktadır. Bununla birlikte Ahıskalı ve Kırgız halkının kardeşlik bağları hakkında da bilgi verilmektedir.

13 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer haberde ise Ahıska kalesi etrafında Ahıskalıların toplu bir şekilde çektirdikleri fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Ahıskalı Türkler vatanlarına hasret giderdi" haber başlığı kullanılmıştır. Bununla birlikte haberde Ahıskalı Türklerin köylerini de ziyaret ettikleri vurgulanmaktadır.

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

13 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer haberde ise Ahıska kalesi etrafında Ahıskalıların toplu bir şekilde çektirdikleri fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Ahıskalı Türkler vatanlarına hasret giderdi" haber başlığı kullanılmıştır. Bununla birlikte haberde Ahıskalı Türklerin köylerini de ziyaret ettikleri vurgulanmaktadır.

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Kırgız ve Ahıskalı öğrencilerle birlikte çekilen fotoğraf sergilenmektedir. "Bursa'da eğitim gören Kırgızistanlı ve Ahıskalı öğrenciler, DATUB Bursa ofisinde bir araya geldi" haber başlığı ile yapılan paylaşımda DATUB yöneticileri de yer almakta ve Ahıskalı ve Kırgız gençlerinin eğitim konusunda yapması gerekenler vurgulanmaktadır. Bununla birlikte Ahıskalı ve Kırgız halkının kardeşlik bağları hakkında da bilgi verilmektedir.

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Kırgız ve Ahıskalı öğrencilerle birlikte çekilen fotoğraf sergilenmektedir. "Bursa'da eğitim gören Kırgızistanlı ve Ahıskalı öğrenciler, DATUB Bursa ofisinde bir araya geldi" haber başlığı ile yapılan paylaşımda DATUB yöneticileri de yer almakta ve Ahıskalı ve Kırgız gençlerinin eğitim konusunda yapması gerekenler vurgulanmaktadır. Bununla birlikte Ahıskalı ve Kırgız halkının kardeşlik bağları hakkında da bilgi verilmektedir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

13 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer haberde ise Ahıska kalesi etrafında Ahıskalıların toplu bir şekilde çektirdikleri fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Ahıskalı Türkler vatanlarına hasret giderdi" haber başlığı kullanılmıştır. Bununla birlikte haberde Ahıskalı Türklerin köylerini de ziyaret ettikleri vurgulanmaktadır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Kırgız ve Ahıskalı öğrencilerle birlikte çekilen fotoğraf sergilenmektedir. "Bursa'da eğitim gören Kırgızistanlı ve Ahıskalı öğrenciler, DATUB Bursa ofisinde bir araya geldi" haber başlığı ile yapılan paylaşımda DATUB yöneticileri de yer almakta ve Ahıskalı ve Kırgız gençlerinin eğitim konusunda yapması gerekenler vurgulanmaktadır. Bununla birlikte Ahıskalı ve Kırgız halkının kardeşlik bağları hakkında da bilgi verilmektedir.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cemil Meriç'in 32 ölüm yıldönümü ile ilgili içerik yer almaktadır. Cemil Meriç'in fotoğrafının yer aldığı paylaşımda DATUB logosu da yerleştirilmiştir.

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Kırgız ve Ahıskalı öğrencilerle birlikte çekilen fotoğraf sergilenmektedir. "Bursa'da eğitim gören Kırgızistanlı ve Ahıskalı öğrenciler, DATUB Bursa ofisinde bir araya geldi" haber başlığı ile yapılan paylaşımda DATUB yöneticileri de yer almakta ve Ahıskalı ve Kırgız gençlerinin eğitim konusunda yapması gerekenler vurgulanmaktadır. Bununla birlikte Ahıskalı ve Kırgız halkının kardeşlik bağları hakkında da bilgi verilmektedir.

13 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer haberde ise Ahıska kalesi etrafında Ahıskalıların toplu bir şekilde çektirdikleri fotoğraf yer almaktadır. Yapılan paylaşımda "Ahıskalı Türkler vatanlarına hasret giderdi" haber başlığı kullanılmıştır. Bununla birlikte haberde Ahıskalı Türklerin köylerini de ziyaret ettikleri vurgulanmaktadır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının Sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	**13 Haziran 2019**	0 paylaşım	4 Paylaşım	7 Paylaşım	2 Paylaşım	1 Paylaşım	3 Paylaşım
Genel Toplam:	**17 paylaşım**						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 17 kez paylaşım yapıldığı görülmektedir. En çok Milli ve Aidiyetin Sunumu başlığı olmakla 7 kez, Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 4 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı altında 3 kez, Politik Bakış Açısının Sunumu başlığı altında 2 kez ve son olarak Kültürel Bakış Açısının Sunumu başlığı altında ise 1 kez paylaşımın yapıldığına rastlanmaktadır.

14 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 14 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda fotoğrafla birlikte Cuma günü tebrik mesajı yayınlanmıştır. Cami fotoğrafı ile birlikte DATUB'un logosu da paylaşımda yer almaktadır.

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 14 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda fotoğrafla birlikte Cuma günü tebrik mesajı yayınlanmıştır. Cami fotoğrafı ile birlikte DATUB'un logosu da paylaşımda yer almaktadır.

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 14 Haziran 2019 tarihinde yapılan ikinci paylaşımda öğrencilerin fotoğrafı sergilenmiştir. "2018-2019 eğitim-öğretim yılının sonuna geldik" başlığının kullanıldığı paylaşımda mezun olan öğrencilere başarılar ve iyi tatiller dilenmiştir.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 14 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda fotoğrafla birlikte Cuma günü tebrik mesajı yayınlanmıştır. Cami fotoğrafı ile birlikte DATUB'un logosu da paylaşımda yer almaktadır.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 14 Haziran 2019 tarihinde yapılan ikinci paylaşımda öğrencilerin fotoğrafı sergilenmiştir. "2018-2019 eğitim-öğretim yılının sonuna geldik" başlığının kullanıldığı paylaşımda mezun olan öğrencilere başarılar ve iyi tatiller dilenmiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	**14 Haziran 2019**	2 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	**5 paylaşım**						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 14 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 5 paylaşımın yapıldığı saptanmıştır. Dini Bakışın Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 2 kez, Kültürel Bakış Açısının Sunumu başlığı altında ise 1 kez paylaşımın yapıldığına rastlanmaktadır.

15 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunulm:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının	Kültürel Bakış Açısının	Haberleşme Aracı Olarak

					Sunumu	sunumu	Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	15 Haziran 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	**0 paylaşım**						

DATUB Gençlik Kolları Istagram sayfasında 15 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

16 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

14 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda ise babalar günü kutlanmaktadır. "Hayatımızın her anında emeği bulunan babalarımızın ve yüreğinde babalık duygusu taşıyan herkesin babalar günü kutlu olsun" başlığı ile paylaşılan özel mesajda fotoğraf da kullanılmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

14 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda ise babalar günü kutlanmaktadır. "Hayatımızın her anında emeği bulunan babalarımızın ve yüreğinde babalık duygusu taşıyan herkesin babalar günü kutlu olsun" başlığı ile paylaşılan özel mesajda fotoğraf da kullanılmıştır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	16 Haziran 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	**2 paylaşım**						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 16 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 2 kez haber paylaşıldığı görülmektedir. Kültürel Bakış Açısının sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum

başlıklarının her birinde 1 kez paylaşım yapılmış, diğer başlıklar altında her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

17 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	17 Haziran 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	**0 paylaşım**						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 17 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

18 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 18 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin Istanbul'da gerçekleştirdiği Birlik ve Dayanışma Şöleni hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov ve resmilerin birlikte yer aldığı fotoğraf yayınlanmış ve "DATUB'den Birlik ve Dayanışma Şöleni" haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 18 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin Istanbul'da gerçekleştirdiği Birlik ve Dayanışma Şöleni hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov ve resmilerin birlikte yer aldığı fotoğraf yayınlanmış ve "DATUB'den Birlik ve Dayanışma Şöleni" haber başlığı kullanılmıştır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 18 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin Istanbul'da gerçekleştirdiği Birlik ve Dayanışma Şöleni hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov ve resmilerin birlikte yer aldığı fotoğraf yayınlanmış ve "DATUB'den Birlik ve Dayanışma Şöleni" haber başlığı kullanılmıştır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 18 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin Istanbul'da gerçekleştirdiği Birlik ve Dayanışma Şöleni hakkında bilgi verilmiştir. Yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov ve resmilerin birlikte yer aldığı fotoğraf yayınlanmış ve "DATUB'den Birlik ve Dayanışma Şöleni" haber başlığı kullanılmıştır. .

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	18 Haziran 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	**4 paylaşım**						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 18 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 4 kez paylaşımın yapıldığı görülmektedir. Sosyal Açının Sunumu haber başlığı altında 2 kez, Kültürel Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde ise 1 kez paylaşıma rastlanmaktadır.

19 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 19 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda genç sporcuların fotoğrafları yer almaktadır. "Ukraynalı genç güreşçilerden madalya" haber başlığı kullanılan paylaşımda 15-17 yaş aralığındaki Ahıskalı gençlerin Ukrayna'da gerçekleştirilen yarışmada madalyalar elde ettiği bilgisi verilmektedir.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 19 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda genç sporcuların fotoğrafları yer almaktadır. "Ukraynalı genç güreşçilerden madalya" haber başlığı kullanılan paylaşımda 15-17 yaş aralığındaki Ahıskalı gençlerin Ukrayna'da gerçekleştirilen yarışmada madalyalar elde ettiği bilgisi verilmektedir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 19 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda genç sporcuların fotoğrafları yer almaktadır. "Ukraynalı genç güreşçilerden madalya" haber başlığı kullanılan paylaşımda 15-17 yaş aralığındaki Ahıskalı gençlerin Ukrayna'da gerçekleştirilen yarışmada madalyalar elde ettiği bilgisi verilmektedir.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 19 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda genç sporcuların fotoğrafları yer almaktadır. "Ukraynalı genç güreşçilerden madalya" haber başlığı kullanılan paylaşımda 15-17 yaş aralığındaki Ahıskalı gençlerin Ukrayna'da gerçekleştirilen yarışmada madalyalar elde ettiği bilgisi verilmektedir.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları	19 Haziran 2019	0 paylaşım	3 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Instagram Sayfası							
Genel Toplam:	4 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 19 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 4 kez paylaşım yapıldığı görülmektedir. Sayfada sosyal Açının Sunumu başlığı altında 3 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı altında ise sadece 1 kez paylaşıma rastlanmaktadır. Diğer 4 başlık altında her hangi paylaşıma rastlanmamaktadır.

20 Haziran 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 20 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda mülteci kampından çekilen fotoğraf yer almaktadır. "20 Haziran Dünya Mülteciler Günü" başlığının kullanıldığı paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin logosu da yer almaktadır. Türkiye'nin 3,7 milyondan fazla mülteciye ev sahipliği ettiği vurgulanmaktadır.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 20 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda mülteci kampından çekilen fotoğraf yer almaktadır. "20 Haziran Dünya Mülteciler Günü" başlığının kullanıldığı paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin logosu da yer almaktadır. Türkiye'nin 3,7 milyondan fazla mülteciye ev sahipliği ettiği vurgulanmaktadır.

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 20 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda mülteci kampından çekilen fotoğraf yer almaktadır. "20 Haziran Dünya Mülteciler Günü" başlığının kullanıldığı paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin logosu da yer almaktadır. Türkiye'nin 3,7 milyondan fazla mülteciye ev sahipliği ettiği vurgulanmaktadır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 20 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda mülteci kampından çekilen fotoğraf yer almaktadır. "20 Haziran Dünya Mülteciler Günü" başlığının kullanıldığı paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin logosu da yer almaktadır. Türkiye'nin 3,7 milyondan fazla mülteciye ev sahipliği ettiği vurgulanmaktadır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB	20						
Gençlik Kolları Instagram Sayfası	Haziran 2019	0 paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	4 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 20 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 4 kez paylaşıma rastlanmıştır. Sosyal Açının Sunumu, Politik Bakış Açısının Sunumu, Kültürel Bakış Açısının Sunumu, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 1 kez paylaşımın yapıldığı saptanmaktadır.

21 Haziran 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 21 Haziran 2019 tarihinde Cuma gününü kutlama mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda fotoğraf kullanılmış ve DATUB logosu da fotonun içerisine yerleştirilmiştir.

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 21 Haziran 2019 tarihinde Cuma gününü kutlama mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda fotoğraf kullanılmış ve DATUB logosu da fotonun içerisine yerleştirilmiştir.

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 21 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise DATUB Genel Başkan yardımcısı Sadyr Eibov'un Azerbaycan'a seferi ile ilgili fotoğraf yayınlanmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda DATUB Başkan Yardımcısı Sadyr Eibov, Azerbaycan'da" haber başlığı kullanılmış, Azerbaycan'da hayata geçirilen bir sıra görüşler hakkında bilgi verilmiştir.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 21 Haziran 2019 tarihinde Cuma gününü kutlama mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda fotoğraf kullanılmış ve DATUB logosu da fotonun içerisine yerleştirilmiştir.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 21 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise DATUB Genel Başkan yardımcısı Sadyr Eibov'un Azerbaycan'a seferi ile ilgili fotoğraf yayınlanmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda DATUB Başkan Yardımcısı Sadyr Eibov, Azerbaycan'da" haber başlığı kullanılmış, Azerbaycan'da hayata geçirilen bir sıra görüşler hakkında bilgi verilmiştir.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 21 Haziran 2019 tarihinde Cuma gününü kutlama mesajı yayınlanmıştır. Yapılan paylaşımda fotoğraf kullanılmış ve DATUB logosu da fotonun içerisine yerleştirilmiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	21 Haziran 2019	2 paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	6 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 21 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 6 kez haber başlığı saptanmaktadır. Dini Bakışın Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 2 kez, Sosyal Açının Sunumu ve Kültürel Bakış Açısının Sunumu başlıklarının her birinde ise 1 kez haber başlığına rastlanmaktadır.

22 Haziran 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (İkamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	22 Haziran 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	**0 paylaşım**						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 22 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

23 Haziran 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (İkamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 23 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanının Istanbul'da katıldığı önemli programdan bahsedilmektedir. Cumhurbaşkanı Başdanışmanı Ibrahim Kalın'la birlikte fotoğrafta yer alan paylaşımın altında "Ziyatdin Kassanov 'Istanbul Biz Birlikte Türkiye'yiz' programına katıldı" başlığı kullanılmıştır. Haberin içeriğinde devlet resmileri ile Ahıskalı Türkler hakkında önemli konularda görüşmelerin gerçekleştirildiği ifade edilmektedir.

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 23 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanının Istanbul'da katıldığı önemli programdan bahsedilmektedir. Cumhurbaşkanı Başdanışmanı Ibrahim Kalın'la birlikte

fotoğrafta yer alan paylaşımın altında "Ziyatdin Kassanov 'Istanbul Biz Birlikte Türkiye'yiz' programına katıldı" başlığı kullanılmıştır. Haberin içeriğinde devlet resmileri ile Ahıskalı Türkler hakkında önemli konularda görüşmelerin gerçekleştirildiği ifade edilmektedir.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 23 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanının Istanbul'da katıldığı önemli programdan bahsedilmektedir. Cumhurbaşkanı Başdanışmanı Ibrahim Kalın'la birlikte fotoğrafta yer alan paylaşımın altında "Ziyatdin Kassanov 'Istanbul Biz Birlikte Türkiye'yiz' programına katıldı" başlığı kullanılmıştır. Haberin içeriğinde devlet resmileri ile Ahıskalı Türkler hakkında önemli konularda görüşmelerin gerçekleştirildiği ifade edilmektedir.

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 23 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanının Istanbul'da katıldığı önemli programdan bahsedilmektedir. Cumhurbaşkanı Başdanışmanı Ibrahim Kalın'la birlikte fotoğrafta yer alan paylaşımın altında "Ziyatdin Kassanov 'Istanbul Biz Birlikte Türkiye'yiz' programına katıldı" başlığı kullanılmıştır. Haberin içeriğinde devlet resmileri ile Ahıskalı Türkler hakkında önemli konularda görüşmelerin gerçekleştirildiği ifade edilmektedir.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	23 Haziran 2019	0 paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	**4 paylaşım**						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 23 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 4 haber başlığı saptanmaktadır. Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 2 kez, Politik Bakış Açısının Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde ise 1 kez paylaşımın yapıldığına rastlanmaktadır.

24 Haziran 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

24 Haziran 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında genç güreşçilerin video görüntüsünün yayınlanmıştır. "DATUB Gençlik Kolları Almatı Güreş Grubu" başlığı altında yapılan paylaşımda antrenman yapan çocukların görüntüleri sayfa izleyicilerine sunulmuştur.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (İkamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

24 Haziran 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında genç güreşçilerin video görüntüsünün yayınlanmıştır. "DATUB Gençlik Kolları Almatı Güreş Grubu" başlığı altında yapılan paylaşımda antrenman yapan çocukların görüntüleri sayfa izleyicilerine sunulmuştur.

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

24 Haziran 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında genç güreşçilerin video görüntüsünün yayınlanmıştır. "DATUB Gençlik Kolları Almatı Güreş Grubu" başlığı altında yapılan paylaşımda antrenman yapan çocukların görüntüleri sayfa izleyicilerine sunulmuştur.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

24 Haziran 2019 tarihinde Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında genç güreşçilerin video görüntüsünün yayınlanmıştır. "DATUB Gençlik Kolları Almatı Güreş Grubu" başlığı altında yapılan paylaşımda antrenman yapan çocukların görüntüleri sayfa izleyicilerine sunulmuştur.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	24 Haziran 2019	0 paylaşım	3 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım
Genel Toplam:	**4 paylaşım**						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 24 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 4 paylaşım yapıldığı saptanmaktadır. Sayfada Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 3 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı altında ise sadece 1 kez paylaşım yapıldığına rastlanmaktadır. Diğer başlıklar altında ise her hangi paylaşım yapılmadığı görülmektedir.

25 Haziran 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 25 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Azerbaycan'da yeni yapılan camiinin açılışı ile ilgili fotoğraf paylaşılmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda "Azerbaycan Saatlı'nın Sıradakend köyünde, DATUB desteğiyle yenilenen caminin açılışı bu gün yapılıyor" haber başlığı kullanılmıştır.

25 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'da açılan cami ile ilgili yapılan bir önceki haberin devamı oluşturulmuştur. Paylaşımda yer alan fotoğrafta açılış merasiminden fotoğraf yayınlanmaktadır.

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozenti:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 25 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Azerbaycan'da yeni yapılan camiinin açılışı ile ilgili fotoğraf paylaşılmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda "Azerbaycan Saatlı'nın Sıradakend köyünde, DATUB desteğiyle yenilenen caminin açılışı bu gün yapılıyor" haber başlığı kullanılmıştır.

25 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'da açılan cami ile ilgili yapılan bir önceki haberin devamı oluşturulmuştur. Paylaşımda yer alan fotoğrafta açılış merasiminden fotoğraf yayınlanmaktadır.

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (İkamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 25 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kazakistan'ın Türkistan iline bağlı Arıs şehrinde silah deposunda meydana gelen yangın ve patlamanın fotoğrafı yer almaktadır. Yapılan paylaşımda olayla ilgili olarak hayatını kaybedenlerin ailelerine başsağlığı, yaralılara ise şifalar dilenmektedir.

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 25 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Azerbaycan'da yeni yapılan camiinin açılışı ile ilgili fotoğraf paylaşılmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda "Azerbaycan Saatlı'nın Sınadakend köyünde, DATUB desteğiyle yenilenen caminin açılışı bu gün yapılıyor" haber başlığı kullanılmıştır.

25 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'da açılan cami ile ilgili yapılan bir önceki haberin devamı oluşturulmuştur. Paylaşımda yer alan fotoğrafla açılış merasiminden fotoğraf yayınlanmaktadır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 25 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Azerbaycan'da yeni yapılan camiinin açılışı ile ilgili fotoğraf paylaşılmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda "Azerbaycan Saatlı'nın Sınadakend köyünde, DATUB desteğiyle yenilenen caminin açılışı bu gün yapılıyor" haber başlığı kullanılmıştır.

25 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'da açılan cami ile ilgili yapılan bir önceki haberin devamı oluşturulmuştur. Paylaşımda yer alan fotoğrafla açılış merasiminden fotoğraf yayınlanmaktadır.

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında son olarak yapılan paylaşımda ise DATUB Gençlik Kollarının DATUB Azerbaycan Temsilciliği'ni ziyaret ettiği ifade edilmektedir. Yapılan paylaşımda Temsilcilikte çekilen fotoğraf yayınlanmakta ve "DATUB Gençlik Kolları Azerbaycan Temsilciliğini ziyaret etti" haber başlığı kullanılmaktadır.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 25 Haziran 2019 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise Azerbaycan'da yeni yapılan camiinin açılışı ile ilgili fotoğraf paylaşılmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda "Azerbaycan Saatlı'nın Sınadakend köyünde, DATUB desteğiyle yenilenen caminin açılışı bu gün yapılıyor" haber başlığı kullanılmıştır.

25 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'da açılan cami ile ilgili yapılan bir önceki haberin devamı oluşturulmuştur. Paylaşımda yer alan fotoğrafla açılış merasiminden fotoğraf yayınlanmaktadır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 25 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Kazakistan'ın Türkistan iline bağlı Arıs şehrinde silah deposunda meydana gelen yangın ve patlamanın fotoğrafı yer almaktadır. Yapılan paylaşımda olayla ilgili olarak hayatını kaybedenlerin ailelerine başsağlığı, yaralılara ise şifalar dilenmektedir.

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında son olarak yapılan paylaşımda ise DATUB Gençlik Kollarının DATUB Azerbaycan Temsilciliği'ni ziyaret ettiği ifade edilmektedir. Yapılan paylaşımda Temsilcilikte çekilen fotoğraf yayınlanmakta ve "DATUB Gençlik Kolları Azerbaycan Temsilciliğini ziyaret etti" haber başlığı kullanılmaktadır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	25 Haziran 2019	4 paylaşım	6 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	4 Paylaşım
Genel Toplam:	14 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 25 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde 14 kez haber başlığı kullanılmıştır. Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 6 kez, Dini Bakışın Sunumu ve Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlıklarının her birinde 4 kez haber başlığına rastlanmaktadır. Diğer başlıklar altında ise her hangi paylaşım yapılmamaktadır.

26 Haziran 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozeni:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

26 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan ikinci bir paylaşımda Azerbaycan silahlı kuvvetleri ile ilgili fotoğraf yer almaktadır. "Azerbaycan Cumhuriyeti silahlı kuvvetlerinin kuruluşunun 101 yılı kutlu olsun" başlığı altında yapılan paylaşımda başlıktan da belli olduğu gibi sayfa üzerinden Azerbaycan halkı tebrik edilmiştir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 26 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Azerbaycan ziyareti zamanı Türkiye'nin Azerbaycan Büyükelçiliği'ne gerçekleştirdiği ziyaret hakkında bilgi verilmiştir. Fotoğrafla birlikte paylaşılan haberde "DATUB Genel Başkanı T.C Bakü Büyükelçisi ile görüştü haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 26 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Azerbaycan Cumhurbaşkanı yardımcısı ile görüşmesine dair fotoğraf paylaşılmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda"Azerbaycan Cumhurbaşkanı Yardımcısı Ali Hasanov Bakü'de DATUB heyetini kabul etti" haber başlığı kullanılmıştır. Haber içeriğinde 2 adet ikili ve heyetle birlikte çekilen fotoğrafa yer verilmektedir.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 26 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Azerbaycan Cumhurbaşkanı yardımcısı ile görüşmesine dair fotoğraf paylaşılmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda"Azerbaycan Cumhurbaşkanı Yardımcısı Ali Hasanov Bakü'de DATUB heyetini kabul etti" haber başlığı kullanılmıştır. Haber içeriğinde 2 adet ikili ve heyetle birlikte çekilen fotoğrafa yer verilmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 26 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Azerbaycan ziyareti zamanı Türkiye'nin Azerbaycan Büyükelçiliği'ne gerçekleştirdiği ziyaret hakkında bilgi verilmiştir. Fotoğrafla birlikte paylaşılan haberde "DATUB Genel Başkanı T.C Bakü Büyükelçisi ile görüştü haber başlığı kullanılmıştır.

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

26 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan ikinci bir paylaşımda Azerbaycan silahlı kuvvetleri ile ilgili fotoğraf yer almaktadır. "Azerbaycan Cumhuriyeti silahlı kuvvetlerinin kuruluşunun 101 yılı kutlu olsun" başlığı altında yapılan paylaşımda başlıktan da belli olduğu gibi sayfa üzerinden Azerbaycan halkı tebrik edilmiştir.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 26 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Azerbaycan Cumhurbaşkanı yardımcısı ile görüşmesine dair fotoğraf paylaşılmıştır. Sayfada yapılan paylaşımda"Azerbaycan Cumhurbaşkanı Yardımcısı Ali Hasanov Bakü'de DATUB heyetini

kabul etti" haber başlığı kullanılmıştır. Haber içeriğinde 2 adet ikili ve heyetle birlikte çekilen fotoğrafa yer verilmektedir.

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 26 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Genel Başkanı Ziyatdin Kassanov'un Azerbaycan ziyareti zamanı Türkiye'nin Azerbaycan Büyükelçiliği'ne gerçekleştirdiği ziyaret hakkında bilgi verilmiştir. Fotoğrafla birlikte paylaşılan haberde "DATUB Genel Başkanı T.C Bakü Büyükelçisi ile görüştü haber başlığı kullanılmıştır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

26 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan ikinci bir paylaşımda Azerbaycan silahlı kuvvetleri ile ilgili fotoğraf yer almaktadır. "Azerbaycan Cumhuriyeti silahlı kuvvetlerinin kuruluşunun 101 yılı kutlu olsun" başlığı altında yapılan paylaşımda başlıktan da belli olduğu gibi sayfa üzerinden Azerbaycan halkı tebrik edilmiştir.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	26 Haziran 2019	0 paylaşım	5 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	3 Paylaşım
Genel Toplam:	9 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 26 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 9 kez paylaşımın yapıldığı saptanmıştır. Bunlar içerisinde en fazla Sosyal Açının Sunumu başlığı olmakla 5 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı altında 3 kez ve Kültürel Balaş Açısının Sunumu başlığı altında ise 1 kez paylaşıma rastlanmaktadır.

27 Haziran 2019

Dini Balaşın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Ozeni:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Balaş ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ulkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

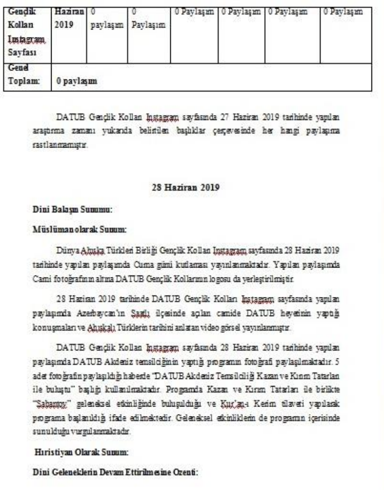
Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Balaşın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Balaş Açısının Sunumu	Kültürel Balaş Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB	27						



Gençlik Kolları Instagram Sayfası	Haziran 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 27 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

28 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

Müslüman olarak Sunum:

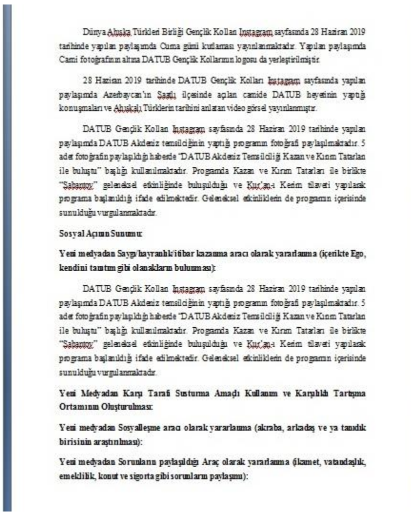
Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cuma günü kutlaması yayınlanmaktadır. Yapılan paylaşımda Cami fotoğrafının altına DATUB Gençlik Kollarının logosu da yerleştirilmiştir.

28 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'ın Saatlı ilçesinde açılan camide DATUB heyetinin yaptığı konuşmaları ve Ahıskalı Türklerin tarihini anlatan video görsel yayınlanmıştır.

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Akdeniz temsilciğinin yaptığı programın fotoğrafı paylaşılmaktadır. 5 adet fotoğrafın paylaşıldığı haberde "DATUB Akdeniz Temsilciliği Kazan ve Kırım Tatarları ile buluştu" başlığı kullanılmaktadır. Programda Kazan ve Kırım Tatarları ile birlikte "Sabantoy" geleneksel etkinliğinde buluşulduğu ve Kur'an-ı Kerim tilaveti yapılarak programa başlanıldığı ifade edilmektedir. Geleneksel etkinliklerin de programın içerisinde sunulduğu vurgulanmaktadır.

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:



Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cuma günü kutlaması yayınlanmaktadır. Yapılan paylaşımda Cami fotoğrafının altına DATUB Gençlik Kollarının logosu da yerleştirilmiştir.

28 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'ın Saatlı ilçesinde açılan camide DATUB heyetinin yaptığı konuşmaları ve Ahıskalı Türklerin tarihini anlatan video görsel yayınlanmıştır.

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Akdeniz temsilciğinin yaptığı programın fotoğrafı paylaşılmaktadır. 5 adet fotoğrafın paylaşıldığı haberde "DATUB Akdeniz Temsilciliği Kazan ve Kırım Tatarları ile buluştu" başlığı kullanılmaktadır. Programda Kazan ve Kırım Tatarları ile birlikte "Sabantoy" geleneksel etkinliğinde buluşulduğu ve Kur'an-ı Kerim tilaveti yapılarak programa başlanıldığı ifade edilmektedir. Geleneksel etkinliklerin de programın içerisinde sunulduğu vurgulanmaktadır.

Sosyal Açının Sunumu:

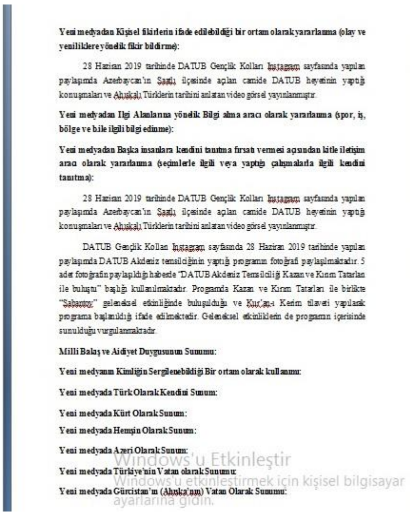
Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Akdeniz temsilciğinin yaptığı programın fotoğrafı paylaşılmaktadır. 5 adet fotoğrafın paylaşıldığı haberde "DATUB Akdeniz Temsilciliği Kazan ve Kırım Tatarları ile buluştu" başlığı kullanılmaktadır. Programda Kazan ve Kırım Tatarları ile birlikte "Sabantoy" geleneksel etkinliğinde buluşulduğu ve Kur'an-ı Kerim tilaveti yapılarak programa başlanıldığı ifade edilmektedir. Geleneksel etkinliklerin de programın içerisinde sunulduğu vurgulanmaktadır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):



Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

28 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'ın Saatlı ilçesinde açılan camide DATUB heyetinin yaptığı konuşmaları ve Ahıskalı Türklerin tarihini anlatan video görsel yayınlanmıştır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

28 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'ın Saatlı ilçesinde açılan camide DATUB heyetinin yaptığı konuşmaları ve Ahıskalı Türklerin tarihini anlatan video görsel yayınlanmıştır.

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Akdeniz temsilciğinin yaptığı programın fotoğrafı paylaşılmaktadır. 5 adet fotoğrafın paylaşıldığı haberde "DATUB Akdeniz Temsilciliği Kazan ve Kırım Tatarları ile buluştu" başlığı kullanılmaktadır. Programda Kazan ve Kırım Tatarları ile birlikte "Sabantoy" geleneksel etkinliğinde buluşulduğu ve Kur'an-ı Kerim tilaveti yapılarak programa başlanıldığı ifade edilmektedir. Geleneksel etkinliklerin de programın içerisinde sunulduğu vurgulanmaktadır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

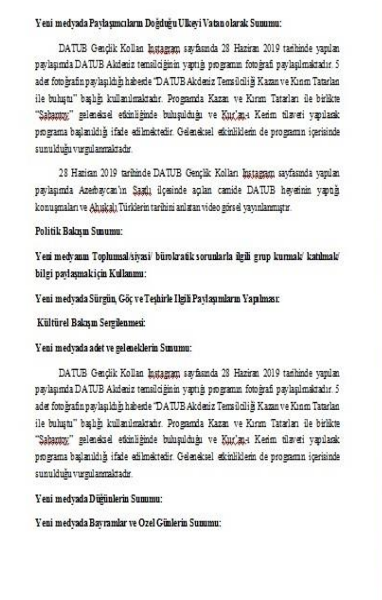
Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:



Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Akdeniz temsilciğinin yaptığı programın fotoğrafı paylaşılmaktadır. 5 adet fotoğrafın paylaşıldığı haberde "DATUB Akdeniz Temsilciliği Kazan ve Kırım Tatarları ile buluştu" başlığı kullanılmaktadır. Programda Kazan ve Kırım Tatarları ile birlikte "Sabantoy" geleneksel etkinliğinde buluşulduğu ve Kur'an-ı Kerim tilaveti yapılarak programa başlanıldığı ifade edilmektedir. Geleneksel etkinliklerin de programın içerisinde sunulduğu vurgulanmaktadır.

28 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'ın Saatlı ilçesinde açılan camide DATUB heyetinin yaptığı konuşmaları ve Ahıskalı Türklerin tarihini anlatan video görsel yayınlanmıştır.

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

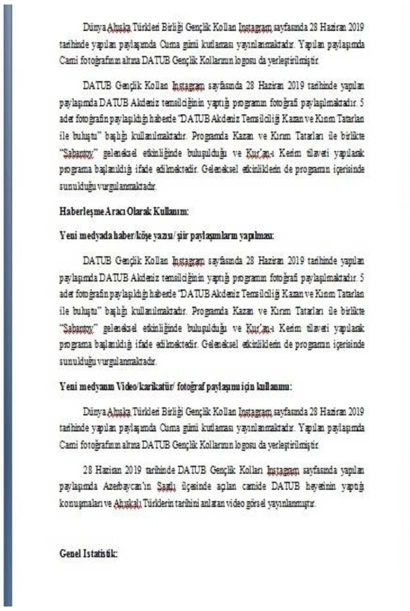
Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Akdeniz temsilciğinin yaptığı programın fotoğrafı paylaşılmaktadır. 5 adet fotoğrafın paylaşıldığı haberde "DATUB Akdeniz Temsilciliği Kazan ve Kırım Tatarları ile buluştu" başlığı kullanılmaktadır. Programda Kazan ve Kırım Tatarları ile birlikte "Sabantoy" geleneksel etkinliğinde buluşulduğu ve Kur'an-ı Kerim tilaveti yapılarak programa başlanıldığı ifade edilmektedir. Geleneksel etkinliklerin de programın içerisinde sunulduğu vurgulanmaktadır.

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:



Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cuma günü kutlaması yayınlanmaktadır. Yapılan paylaşımda Cami fotoğrafının altına DATUB Gençlik Kollarının logosu da yerleştirilmiştir.

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Akdeniz temsilciğinin yaptığı programın fotoğrafı paylaşılmaktadır. 5 adet fotoğrafın paylaşıldığı haberde "DATUB Akdeniz Temsilciliği Kazan ve Kırım Tatarları ile buluştu" başlığı kullanılmaktadır. Programda Kazan ve Kırım Tatarları ile birlikte "Sabantoy" geleneksel etkinliğinde buluşulduğu ve Kur'an-ı Kerim tilaveti yapılarak programa başlanıldığı ifade edilmektedir. Geleneksel etkinliklerin de programın içerisinde sunulduğu vurgulanmaktadır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

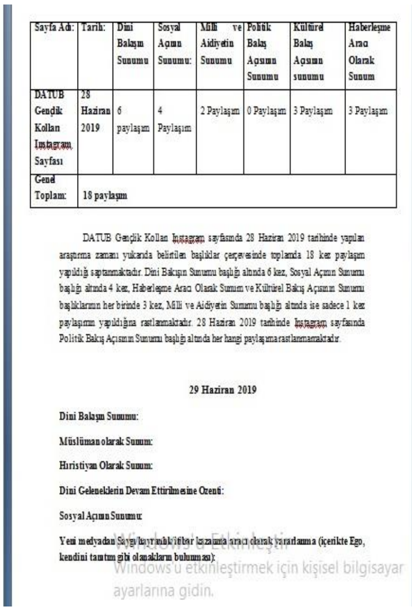
DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda DATUB Akdeniz temsilciğinin yaptığı programın fotoğrafı paylaşılmaktadır. 5 adet fotoğrafın paylaşıldığı haberde "DATUB Akdeniz Temsilciliği Kazan ve Kırım Tatarları ile buluştu" başlığı kullanılmaktadır. Programda Kazan ve Kırım Tatarları ile birlikte "Sabantoy" geleneksel etkinliğinde buluşulduğu ve Kur'an-ı Kerim tilaveti yapılarak programa başlanıldığı ifade edilmektedir. Geleneksel etkinliklerin de programın içerisinde sunulduğu vurgulanmaktadır.

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan paylaşımda Cuma günü kutlaması yayınlanmaktadır. Yapılan paylaşımda Cami fotoğrafının altına DATUB Gençlik Kollarının logosu da yerleştirilmiştir.

28 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan paylaşımda Azerbaycan'ın Saatlı ilçesinde açılan camide DATUB heyetinin yaptığı konuşmaları ve Ahıskalı Türklerin tarihini anlatan video görsel yayınlanmıştır.

Genel Istatistik:



Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	28 Haziran 2019	6 paylaşım	4 Paylaşım	2 Paylaşım	0 Paylaşım	3 Paylaşım	3 Paylaşım
Genel Toplam:	18 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 28 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde toplamda 18 kez paylaşım yapıldığı saptanmaktadır. Dini Bakışın Sunumu başlığı altında 6 kez, Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 4 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum ve Kültürel Bakış Açısının Sunumu başlıklarının her birinde 3 kez, Milli ve Aidiyetin Sunumu başlığı altında ise sadece 1 kez paylaşımın yapıldığına rastlanmaktadır. 28 Haziran 2019 tarihinde Instagram sayfasında Politik Bakış Açısının Sunumu başlığı altında her hangi paylaşıma rastlanmamaktadır.

29 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:

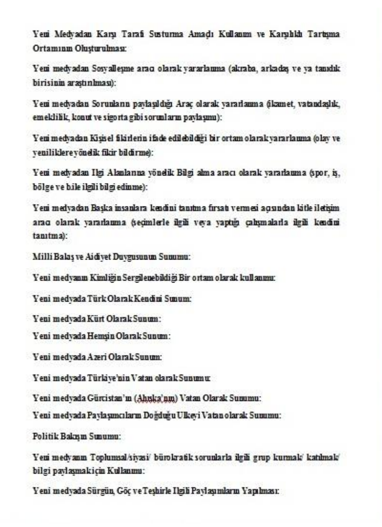
Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):



Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

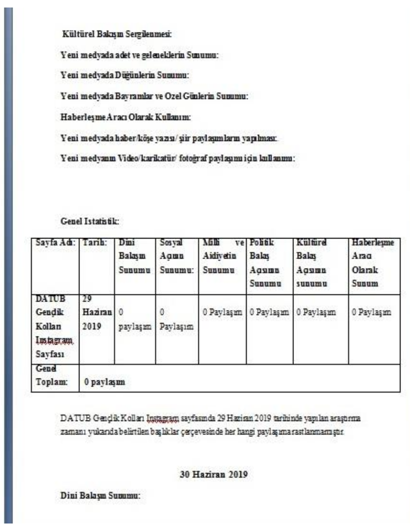
Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:



Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Özel Günlerin Sunumu:

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

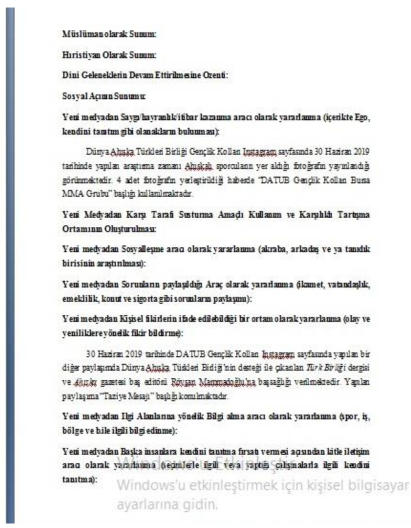
Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	29 Haziran 2019	0 paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım
Genel Toplam:	0 paylaşım						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 29 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde her hangi paylaşıma rastlanmamıştır.

30 Haziran 2019

Dini Bakışın Sunumu:



Müslüman olarak Sunum:

Hıristiyan Olarak Sunum:

Dini Geleneklerin Devam Ettirilmesine Özenti:

Sosyal Açının Sunumu:

Yeni medyadan Saygı/hayranlık/itibar kazanma aracı olarak yararlanma (içerikte Ego, kendini tanıtım gibi olanakların bulunması):

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 30 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı Ahıskalı sporcuların yer aldığı fotoğrafın yayınlandığı görünmektedir. 4 adet fotoğrafın yerleştirildiği haberde "DATUB Gençlik Kolları Bursa MMA Grubu" başlığı kullanılmaktadır.

Yeni Medyadan Karşı Tarafı Susturma Amaçlı Kullanım ve Karşılıklı Tartışma Ortamının Oluşturulması:

Yeni medyadan Sosyalleşme aracı olarak yararlanma (akraba, arkadaş ve ya tanıdık birisinin araştırılması):

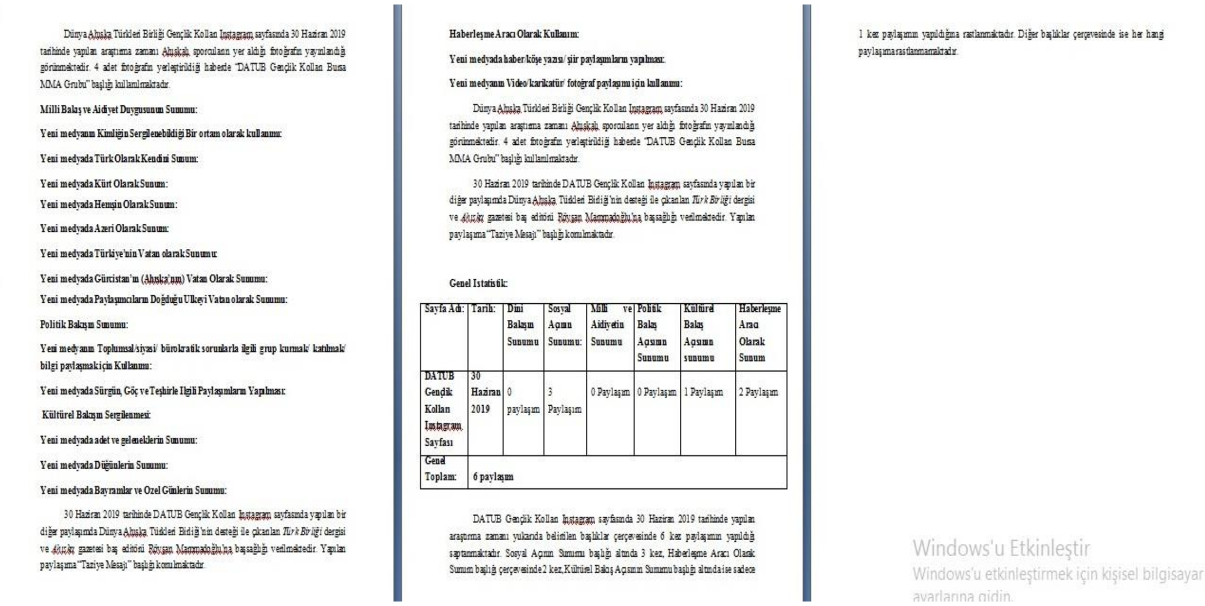
Yeni medyadan Sorunların paylaşıldığı Araç olarak yararlanma (ikamet, vatandaşlık, emeklilik, konut ve sigorta gibi sorunların paylaşımı):

Yeni medyadan Kişisel fikirlerin ifade edilebildiği bir ortam olarak yararlanma (olay ve yeniliklere yönelik fikir bildirme):

30 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin desteği ile çıkarılan *Türk Birliği* dergisi ve *Ahıska* gazetesi baş editörü Röyşan Mammadoğlu'na başsağlığı verilmektedir. Yapılan paylaşıma "Taziye Mesajı" başlığı konulmaktadır.

Yeni medyadan Ilgi Alanlarına yönelik Bilgi alma aracı olarak yararlanma (spor, iş, bölge ve bile ilgili bilgi edinme):

Yeni medyadan Başka insanlara kendini tanıtma fırsatı vermesi açısından kitle iletişim aracı olarak yararlanma (seçimlerle ilgili veya yaptığı çalışmalarla ilgili kendini tanıtma):



Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 30 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı Ahıskalı sporcuların yer aldığı fotoğrafın yayınlandığı görünmektedir. 4 adet fotoğrafın yerleştirildiği haberde "DATUB Gençlik Kolları Bursa MMA Grubu" başlığı kullanılmaktadır.

Milli Bakış ve Aidiyet Duygusunun Sunumu:

Yeni medyanın Kimliğin Sergilenebildiği Bir ortam olarak kullanımı:

Yeni medyada Türk Olarak Kendini Sunum:

Yeni medyada Kürt Olarak Sunum:

Yeni medyada Hemşin Olarak Sunum:

Yeni medyada Azeri Olarak Sunum:

Yeni medyada Türkiye'nin Vatan olarak Sunumu:

Yeni medyada Gürcistan'ın (Ahıska'nın) Vatan Olarak Sunumu:

Yeni medyada Paylaşımcıların Doğduğu Ülkeyi Vatan olarak Sunumu:

Politik Bakışın Sunumu:

Yeni medyanın Toplumsal/siyasi/ bürokratik sorunlarla ilgili grup kurmak/ katılmak/ bilgi paylaşmak için Kullanımı:

Yeni medyada Sürgün, Göç ve Teşhirle Ilgili Paylaşımların Yapılması:

Kültürel Bakışın Sergilenmesi:

Yeni medyada adet ve geleneklerin Sunumu:

Yeni medyada Düğünlerin Sunumu:

Yeni medyada Bayramlar ve Ozel Günlerin Sunumu:

30 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin desteği ile çıkanlan *Türk Birliği* dergisi ve *Ahıska* gazetesi baş editörü Röyşan Mammadoğlu'na başsağlığı verilmektedir. Yapılan paylaşıma "Taziye Mesajı" başlığı konulmaktadır.

Haberleşme Aracı Olarak Kullanım:

Yeni medyada haber/köşe yazısı/ şiir paylaşımların yapılması:

Yeni medyanın Video/karikatür/ fotoğraf paylaşımı için kullanımı:

Dünya Ahıska Türkleri Birliği Gençlik Kolları Instagram sayfasında 30 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı Ahıskalı sporcuların yer aldığı fotoğrafın yayınlandığı görünmektedir. 4 adet fotoğrafın yerleştirildiği haberde "DATUB Gençlik Kolları Bursa MMA Grubu" başlığı kullanılmaktadır.

30 Haziran 2019 tarihinde DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında yapılan bir diğer paylaşımda Dünya Ahıska Türkleri Birliği'nin desteği ile çıkanlan *Türk Birliği* dergisi ve *Ahıska* gazetesi baş editörü Röyşan Mammadoğlu'na başsağlığı verilmektedir. Yapılan paylaşıma "Taziye Mesajı" başlığı konulmaktadır.

Genel Istatistik:

Sayfa Adı:	Tarih:	Dini Bakışın Sunumu	Sosyal Açının Sunumu:	Milli ve Aidiyetin Sunumu	Politik Bakış Açısının Sunumu	Kültürel Bakış Açısının sunumu	Haberleşme Aracı Olarak Sunum
DATUB Gençlik Kolları Instagram Sayfası	**30 Haziran 2019**	0 paylaşım	3 Paylaşım	0 Paylaşım	0 Paylaşım	1 Paylaşım	2 Paylaşım
Genel Toplam:	**6 paylaşım**						

DATUB Gençlik Kolları Instagram sayfasında 30 Haziran 2019 tarihinde yapılan araştırma zamanı yukarıda belirtilen başlıklar çerçevesinde 6 kez paylaşımın yapıldığı saptanmaktadır. Sosyal Açının Sunumu başlığı altında 3 kez, Haberleşme Aracı Olarak Sunum başlığı çerçevesinde 2 kez, Kültürel Bakış Açısının Sunumu başlığı altında ise sadece 1 kez paylaşımın yapıldığına rastlanmaktadır. Diğer başlıklar çerçevesinde ise her hangi paylaşıma rastlanmamaktadır.

Şekil: 97 "DATÜB Gençlik Kolları" İnstagram Sayfasının 1 – 30 Haziran 2019 Tarihleri Arasındaki Günlük Takip Göstergeleri

ÖZGEÇMİŞ

Orhan Faik (Yabancı Uyruklu ad ve soyadı: Orkhan Faigov) 26 Aralık 1988'de Azerbaycan'ın Saatli ilçesinde doğdu. 2005-2006 eğitim yılında lise eğitimini tamamlayarak 2006 yılında Azerbaycan'ın Hazar Üniversitesi'nde (Khazar University) lisans eğitimine başlamıştır. 2011 yılında üniversitenin "Humanity and Social Sciences" (Sosyal Bilimler) fakültesi, Gazetecilik Bölümünü bitirmiştir. 2012-2015 yılları arasında Türkiye Cumhuriyeti Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema bölümünde yüksek lisans eğitimi almıştır. 2015 yılından itibaren Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalında doktora eğitimine başlamıştır.

Azerbaycan Türkçesini anadili olarak kullanmakta, İngilizce ve Rusça bilmektedir. 10'dan fazla makale ve bildiri sunumunda, 2 kitap bölümünün hazırlanmasında yer almıştır. TÜBİTAK projesinde Burslu öğrenci olarak çalışmıştır. Çeşitli sivil toplum kuruluşlarında da yer alan Orhan Faik evli ve 1 çocuk babasıdır.